**Дипломна робота**

**Засоби інтенсифікації виразності газетного тексту у мові сучасної української преси**

**Вступ**

**Актуальність дослідження**. На початок ХХІ століття цілком закономірним є виникнення концепції медіадизації життєвого простору суспільства. За твердженням авторів концепції Ю. Хабермас, О. Тоффлер та ін.), медіадизація – глобальний та інтенсивний процес впливу ЗМІ на суспільну свідомість, що призводить до «внутрішньої колонізації», «фрагментації» ментальних уявлень людини [22, 59]. Важливим є висновок науковців (І. Рогозіна, Л. Кудрявцева, Л. Дяченко, О. Дорофеєва, О. Стишова та ін.), що роль засобів масової інформації в сучасному світі надзвичайно велика, а здатність дискурсу мас-медіа впливати на світорозуміння адресатів досить потужна. Мова преси, що відображає складні соціальні процеси, матеріалізує не лише особисту, а й насамперед суспільну свідомість, впливає на вироблення громадської думки, допомагає у формуванні певного типу соціальної людини. «Періодичні видання, пропагуючи політичні, наукові та інші думки в Україні, виховуючи естетичні смаки через публікацію художніх творів, утверджували поліфункціональність української літературної мови, сприяли формуванню мовно-культурного середовища… Мова преси відбиває тенденції розвитку загальнолітературних норм української мови» [12, 323].

Демократизація суспільно-політичного життя та лібералізація й урізноманітнення соціально-економічних засад і морально-етичних та естетичних принципів суспільства, з одного боку, і розширення поля суспільного функціонування української мови, з другого боку, викликали до життя з початку 1990-х. рр. потужні процеси змін на всіх структурних рівнях та оновлення стилістичних засобів української літературної мови. Цей комплекс явищ є дуже складним і суперечливим, і в ньому поєднуються процеси як власне демократизації літературної мови (розширення кола її носіїв і суспільного використання, менша ригористичність її канонів. Унаслідок обмеження «редакторського» втручання на користь ширшим можливостям для мовного самовираження особистості, активні пошуки свіжих виражально-зображальних засобів мовлення в умовах виниклої конкуренції між різними засобами масової інформації для завоювання читацької та глядацької аудиторії, зменшення стильової відстані між усно-розмовною і книжно-писемною сферами її функціонування, тенденції до усунення рис, не властивих їй, і відродження або частіше стимулювання її питомих особливостей, так і взагалі лібералізації її нормативної основи, тобто вже дозволеного як стихійного, так і цілеспрямованого відступу від її попереднього досягнутого і відповідним чином унормованого стану. Лібералізація норм літературної мови (ослаблення і розмивання певних стильових і стилістичних обмежень, збільшення варіантності мовних одиниць і слововживання в цілому, розхитування мовностилістичних і правописних норм, масовий і неконтрольований потік іншомовних запозичень, зростання в публіцистичному функціонуванні індивідуальних новотворів і т. ін.) може приводити вже не тільки й, можливо, не стільки до сприятливих для літературної мови, а й до деструктивних для її нормативної основи наслідків, що сповільнюють темпи її шліфування і стають на заваді її сприйняттю новими масами мовців. Погляди дослідників щодо демократизації мови постсоціалістичного періоду розходяться – з безумовним визнанням її наявності. (Костомаров В.Г., Мокієнко В.М.): замість нормального стандарту, орієнтованого на «ревнителя» чистоти мови на зразки колишньої «соцреалістичної» художньої прози або шаблонного газетного «канцеляристу», на передній план тепер висувається мова «гласних» засобів масової інформації, стихія живої мови (включаючи просторіччя, жаргон і сленг), не контрольована цензурою та інститутом казенних редакторів. Показово, що навіть лінгвісти, які недавно виступили за сувору орієнтацію на «чистоту мови» і «культуру мови», під тиском сучасної мовної ситуації змушені апелювати до такого лабільного й багато в чому суб’єктивного критерію, як «мовний смак» (В. Костомаров (1994), К. Гутшмидт (1998). Г. Солганик (1995) називає це явище «інтимізацією газетної мови» і поєднує його не лише зі здобутками, а й утратами, які виявляються в зниженні публіцистичного стилю (газетної мови) до рівня побутової розмови, стиранні таким чином міжстильової межі, і, як результат, зниження статусу мови газети. Експансія елементів субстандартних соціолектів (вульгаризмів, суржику, жаргону) у мові засобів масової інформації взагалі і преси зокрема є об’єктом досліджень багатьох мовознавців (О. Тараненко, Д. Баранник, В. Віденов (у слов'янських мовах), Л. Скворцов (у сучасній російській мові) та багато інших). Протягом тривалого часу мова газети залишалася поза увагою мовознавців, незважаючи на те, що для всіх була зрозумілою її політична роль і суспільне значення як джерела інформації. Словесна природа періодичної преси порівняно недавно привернула до себе увагу лінгвістів. Одним із перших, хто піддав науковому аналізові мову періодики, був М. Гладкий. Його праця «Наша газетна мова», видана у Харкові у 1928 році, мала неабиякий вплив на нормалізацію та стабілізацію української літературної мови. Ґрунтовні дослідження газетної мови пов'язуються передусім з іменем М. Жовтобрюха («Мова української періодичної преси (кінець ХІХ – початок ХХ ст.» (1970), «Мова української преси (до середини 90-х років ХІХ ст.)» (1963). Чимало зробили для виявлення особливостей мови періодичної преси О. Сербенська та О. Пономарів. У кінці 70-х – на початку 80-х років ХХ століття побачили світ такі наукові доробки, як «Мова сучасної масово-політичної інформації», «Особливості мови і стилю засобів масової інформації».

Протягом останнього часу увагу дослідників привертають різнорівневі мовні одиниці у ЗМІ, особливості їх використання та функціонування у газетній мові (О. Сербенська, Л. Ставицька. Ж. Колоїз, Л. Пархонюк, С. Єрмоленко, А. Григораш та ін.). Предметом зацікавлення мовознавців стають переважно одиниці лексичного рівня і великою мірою фразеологічного. Проте мало уваги сучасні дослідники приділяють газетному заголовку, хоча саме він є тим текстоформуючим і текстооформлюючим елементом, який виявляє специфіку публіцистичного (газетного) стилю, зокрема необхідність висловити максимум інформації, затративши мінімум мовного матеріалу, тенденцію до економії мовних засобів при максимумі смислового навантаження, поєднання інформативності, лаконічності з емоційно-експресивним забарвленням. Заголовок у першу чергу відображає мовні явища сучасності і, у якійсь мірі, сконденсовує їх.

**Актуальність дослідження** визначається рядом чинників: по-перше, зростанням ролі газетної мови в житті суспільства, і значущості соціального та мовного впливу на формування ціннісних орієнтацій; по-друге, відображенням у мові газет сучасних мовних тенденцій та явищ, які особливо яскраво виявляються протягом останнього десятиріччя; по-третє, відсутністю фундаментальних досліджень зображальних засобів інтенсифікації виразності газетного мовлення.

**Мета роботи –** дослідити основні засоби інтенсифікації виразності газетного тексту у мові сучасної української преси, вказати на особливості мови української газети за період 2000–2006 рр.

Реалізація мети передбачає розв’язання таких **завдань**:

* дослідити найяскравіші мовні тенденції і явища на лексико-семантичному рівні: використання абревіатур, просторіччя, субстандартної лексики, суржику;
* розкрити особливості семантико-стилістичного явища гри слів як засобу увиразнення авторської мови;
* дослідити структурно-семантичні особливості функціонування узуальних та оказіональних фразеологічних одиниць, афористичних висловів та ремінісценцій у газетних заголовках.
* з'ясувати синтаксичні особливості побудови газетного тексту в українських газетах;

**Об’єктом дослідження** є мовні засоби, що використовуються ЗМІ для підвищення їхньої перлокутивної ефективності.

**Предметом дослідження** є одиниці лексичного, фразеологічного і синтаксичного рівня як засоби інтенсифікації газетного мовлення.

**Матеріалом дослідженням** слугували вилучені шляхом добору заголовки та уривки із сучасних газет, у яких знайшли відображення найпоширеніші тенденції та явища української мови. Вибірки робилися із періодичних видань 2000–2006 років: «Вечірній Київ», «Високий Замок», «Голос України», «Демократична Україна», «День», «Експрес», «За вільну Україну», «Критика», «Літературна Україна», «Львівська газета», «Молода Галичина», «Молодь України», «Народне слово», «Поступ», «Студентська газета», «Україна молода», «Українське слово», «Час».

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети та розв’язання конкретних завдань у роботі використовується методика семантичного аналізу із залученням окремих методів і прийомів: метод компонентного та дистрибутивного аналізу, метод функціонального та структурно-стилістичного аналізу.

**Наукова новизна** полягає у тому, що структурно-семантичні особливості газетних заголовків і статей, які аналізуються у роботі, відбивають явища сучасної української публіцистичної мови, пояснюючи при цьому їх інтра- та екстралінгвальні чинники.

**Практичне значення** роботи полягає у можливості використання отриманих матеріалів і результатів у лекційних і семінарських заняттях з курсу стилістики сучасної української літературної мови, на практичних заняттях з лексики, синтаксису та фразеології, при написанні курсових робіт

**Структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку умовних скорочень та використаної літератури.

**1. Лексико-семантичні особливості мови сучасних українських газет**

**1.1 Семантико-стилістичне явище гри слів як засіб зацікавлення читача змістом публікації**

Семантико-стилістичне явище гри слів досліджується звичайно на фонетичному (різноманітні звукові повтори), лексичному (обігравання значень полісемічного слова, омонімів, паронімів і меншою мірою фразеологічних рівнях. Але воно широко простежується й на інших мовних рівнях, з огляду на те, що сам термін «гра слів» слід приймати дещо умовно, розуміючи під ним також «гру» морфем і взагалі структурних елементів слова, морфологічних категорій, синтаксичних одиниць [55, 54]. У структурі газетних висловів часто-густо зустрічаємось з явищем «гри» слів – випадками формально-смислового обігравання компонентів слова на рівні фонетики, морфеміки (переосмислення їх без формальних видозмін) і словотворення (з утворенням нових структурних одиниць). Такі явища особливо характерні для мови преси останніх 10–15 років.

На рівні фонетики відбувається підсилення емоційного впливу на читача за допомогою фонетичного обігравання знайомих йому слів: «**Засусі – по заслузі**» (УМ, 2005, 29 січня). Відомий вислів «*катюзі – по заслузі*» переосмислено, трансформовано: слово «*катюзі*» → *Засусі* (Анатолій Засуха, який вже втратив посаду голови Київської облдержадміністрації, може втратити й іншу – голови Київської обласної ради). Чергування звуків з/с створює ефект шелестіння або шипіння.

Ряд лексем у сучасній мові зазнали фонетичних змін: «*Гебреї у світі*» («Поступ», 2003, 30 вересня) → пор. *Євреї*. Використовуватися також звуконаслідування як засіб увиразнення лексеми: «Чи скінчаться британські **му-у-ки?**» (ГУ, 2000, 30 квітня) – про зараження худоби в Англії вірусом коров’ячого сказу (пор.: іменник «*муки*» і звуконаслідування реву корови «*му-у*»).

На рівні морфеміки обігравання різних структурних елементів слова відбувається в широкому семантичному діапазоні – від нового, ніби уважнішого осмислення етимологічного значення компонента до прямого його переосмислення за зразком іншого одно – або близько звучного слова (цілого або його частини) чи групи слів. Наприклад: «**Влада** і **власність** *– одного кореня…*» (ГУ, 2001, 18 червня); «*Доля посміхалася нам* [Україні і Фінляндії в 1917–1918 рр.] *однаково. Аж за свити його величності імператора* «*вся Великая, Малая й Бєлая і прочая*» *фінам дістався генерал Маннергейм, а нам – генерал* **Скоропадський**. *Прізвище останнього стало долею його влади*» (ГУ, 2005, 5 травня); «**Влада** і **власність**» – одного кореня, а тому цим силам влада потрібна заради власності, яка в країні коштує чимало (ГУ, 2000, 18 червня).

Досить популярним є жартівливі «етимологізування» частин слова на зразок: Архі мед – головлікар, жаргон – аспірин, авторучка – власно ручка. Простежуємо випадки аналогічного, свідомо неправильного «етимологізування» на лексичному рівні – переосмислення лексичного значення слова в цілому:» – *І яку спеціальність він матиме після закінчення*?

* *Одну якусь із нових: бакалавра, майстра*…
* *А що воно таке*?
* *Як вам сказати*?… **Бакалавр** – *це мабуть власник бакалійної лавки*. *Де різна* **бакалія** *продається*: *сіль, сірники, крупи…* А **магістр** – *це бери вище. Напевне, спеціалісти з чорної чи білої* **магії**» (СГ, 2004, 11 грудня).

Гра слів на морфемному рівні найчастіше, порівняно з виявами цього семантико-стилістичного явища на інших мовних рівнях, супроводжується графічними видозмінами переосмислюваного компонента, завдяки чому він більше увиразнюється й привертає увагу читача. Емоційної насиченості і смислової увиразненості надає текстові оформлення великими літерами того компонента слова, яке несе домінантне семантико-стилістичне навантаження: «*Картопляна* **ЛИХО***манка*») (ГУ, 2004, 12 жовтня) – графічно виділений компонент конденсує головну тему статті – втрата врожаю картоплі через безгосподарність; «**ГАЗ***ават* *відміняється*. *Це засвідчили переговори прем’єрів України та Росії*» (УМ, 2000, 21 липня) – про ослаблення «газової війни» у стосунках між цими країнами (пор.: газ і газоват «*священна війна мусульман проти невірних*») [47, 55]; «*У* *Рябові пробл***ЕМУ** *з м'ясом уже вирішили*» (ВЗ, 2000, 29 липня) – про вирішення проблеми забезпечення м’ясом на фермі у Рябові. Там стали вирощувати страусів ему, що виявилося економічно дуже вигідною справою; «**ЄВРО***по***БАЧЕННЯ**» (УМ, 2005, 14 січня) – про візит Сванте Стокселіуса, виконавчого директора «Евробачення» до Києва; «*Обережно*: *тер***МІНА***тори*» (ГУ, 2000, 11 липня) – про проведення операції знешкодження злочинців, які використовували вибухові матеріали; «*Міністерству енергетики* **УКАЗ***ано…*» і далі текст: «Указом Президента України затвердженні положення про Міністерство енергетики як центральний орган» (ГУ, 2000, 1 грудня).

У низці подібних каламбурів наприкінці минулого століття поширилося жаргонне слово мент – «міліціонер» (після демонстрації на різних каналах українського телебачення та каналах Російської Федерації, що ретранслюються в Україні, популярного російського телесеріалу «Менты»): «**МЕНТ***алітет* *російської* *влади*» (УС, 2000, 31 серпня – 6 вересня).

Цікавим є заголовок у газеті «Голос України», 2005, 17 лютого, С. 4, у якому використано знак грошової одиниці – євро, адже у статті йдеться про фінансування «*Євробачення*» –» *€вробачення*».

Досить часто в складі слова графічно виділяється власна назва – топонім, прізвище, назва організації, фірми, завдяки чому в межах однієї мовної одиниці читач бачить тісний взаємозв’язок між об’єктом позначення цього оніма і тим поняттям, що позначається словом у цілому, тобто відповідною загальною назвою: «*Отакий* **КРИМ***інал*» (ГУ, 2000, 18 березня) – про проблеми злочинності на Кримському півострові; «*Особливості* **КРИМ***іналітету*» (УМ, 2004, 26 грудня) про формування бандитських груп, які чинять опір автопоїзду «ТАК ЮЩЕНКО!» на півострові Крим»; «*Ющенко* *за***ПЛЮЩ***ує* *очі?*» і далі в тексті: «Політична криза притиснула його до стіни і змусила робити якійсь кроки. І тут роль батька зіграв Іван Плющ, людина, якій Ющенко, як не дивно, довіряв» (ВЗ, 2001, 2 березня); «*Даремно* **РЕМ***ствує* *Росія*» (ВЗ, 2000, 15–21 січня) – про претензії з боку голови російського «Газпрому» Рема Вяхірева до України; «*То хто ж при***СТУС***овується?*» (ЛУ, 2004, 23 вересня) – стаття Дмитра Пічкура про те, що В. Стуса стало модно писати. Цим користуються псевдо-літературні критики і літературознавці; «*Від* «**ТРИЗЕ**» *й до* «*Роз***ДУБ***ови* *держави*» (ЛУ, 2004, 26 серпня) – у заголовку використано назву творів П. Загребельного.

Як і в радянські часи сьогодні, журналісти охоче обіграють абревіатуру НАТО: «*Що за* **На***д***ТО**, *то недобре*» (КВ, 2003, 21 травня) – про проблеми вступу України до НАТО «*Європейський* *дето***НАТО***р*» (УМ, 2004, 31 квітня) – про політику НАТО.

У подібних обіграваннях використовувалося також прізвище О.О. Мороза (особливо під час його перебування на посаді Голови Верховної Ради України), наприклад: «*Парламент роз***МОРОЗ***ив* *закон про вибори*» (УК, 2004, 25 вересня).

Ще одним способом графічного виділення потрібного компонента слова для увиразнення його асоціативного зв’язку з якоюсь іншою мовною одиницею є відокремлення його в межах слова за допомогою дефіса. Наприклад: «Арт-обстріл» гастролює по Україні» (УМ, 2004, 7 липня). «Арт-обстріл» – естрадна група клоунів і мімів, пор. артобстріл – артилерійський обстріл і арт – як компонент слів «*артист*», «*артистичний*».

У загальних межах способів привернення уваги до семантики складових компонентів слова шляхом асоціювання їх з одно – або близькозвучними словами виділяється явище, з одного боку, «розшифровування» компонентів абревіатур і графічних скорочень, або й звичайних слів як нібито початкових елементів і відповідних інших слів – членів словосполучення або навіть речення, а з другого боку, – запланованого заздалегідь «зашифровування» компонентів абревіатур під початкові елементи відповідних слів. «Розшифровування» структури слова має переважно «несерйозний» характер – жартівливу, іронічну або глузливу спрямованість: на це вказує О. Тимчук. наводячи приклади: *РУХ* – «*Рятуйте Україну, хлопці*» (жартівливе розшифрування опірного компонента назви колишнього об'єднання Народний рух України на початку свого існування, яке використовувалося й пізніше, – див., наприклад: (ГУ, 2000, 5 вересня) [54, 57]. «Розшифрована» таким чином абревіатура може оформлятися у вигляді якого-небудь уже існуючого слова з певним «несерйозним» значенням [54, 57]: «**РіПка** *тягне удовенківський Народний рух*» (УМ, 2001, 3 березня) – **РіП***ка* – партія та її фракція у Верховній Раді України «Реформа і порядок» у 2001 р.; «*Посадив Пинзеник* **РіПку**» (ДУ, 2001, 5 травня). Гра слів на рівні словотворення відбувається у взаємодії з рівнем морфеміки. Вона може реалізовуватися як перероблення існуючого слова, як утворення нового слова на основі двох (або кількох) слів, і, навпаки, як утворення двох (рідко кількох) слів на основі одного.

Це може бути утворення нового індивідуально-авторського слова шляхом переосмислення й відповідного переоформлення одного слова за зразком іншого, напр., «**Сирцевий** *напад*» (ГУ, 2001, 26 червня) – підзаголовок: «Указ Президента, за яким Україна імпортуватиме 300 тисяч тонн цукру – сирцю набрав чинності» (Пор. *серцевий напад* (від серце) → *сирцевий напад* (від сирець); «*Чи стане уряд В. Януковича українським* **кризоламом?**» (УМ, 2005, 8 жовтня) – про заходи прем’єр міністра України щодо виходу з економічної кризи (пор. *криголам* → *криза* → *кризолам*).

Структурно видозмінювані компоненти слова можуть, як і на рівні суто морфемних переосмислень, про що говорилося вище, виділятися великими літерами: «*Обережно: за***МУН***овано*!» (ГУ, 2001, 24 листопада) – про шкідливу діяльність відомого корейського проповідника Муна, яка поширилася вже на Україну. Утворення і використання у газетному заголовку нового слова шляхом контамінації двох (або більше) слів з наявним у їхньому складі співзвучним компонентом – яскравий засіб увиразнення мови преси: «*Ющенко пропонує Януковичу* **телетет-***а-тет*» (УМ, 2004, 22 грудня) – слово утворене шляхом поєднання семантики двох лексем: *теле –* (теледебати) і тет-а-тет (наодинці) «**Знуджені** «*відіотизмом*» (УМ, 2006, 5 квітня) – поєднання композитів *відео-* і *ідіотизм* як підкреслення беззмістовності й безглуздя значної частини відеопродукції. Таким чином, аналізоване семантико-стилістичне явище займає досить помітне місце в системі виражально-зображальних засобів заголовка газетної статті. Помітним явищем у стилістиці газетних є використання такого засобу як *оксиморон* – мовна фігура, в якій поєднується два протилежних за змістом слова, що в сукупності дають нове поняття [29, 69]. «**Старий-новий** *Генпрокурор…*» (МГ, 2004, 10 грудня); «*Проблема* **нової-старої** *влади…*» (ГУ, 2005, 16 лютого); «*Війна* **за** «*проти* **всіх**…» («Експрес, 2004, 12–14 листопада); «**Вільне рабство українських жінок**…» (ЛУ, 2004, 30 грудня); «*Про* **гіркуватий солодкий** *пісок*» (ГУ, 2005, 16 лютого); «**Друзі-вороги**. *Хто дихає у потилицю?*» (МГ, 2004, 30 вересня); «*Такий* **гіркий солодкий** *мед…*» (УМ, 2005, 29 січня); «**Платно-безплатні** *чеські* *візи обіцяють бути доступними пересічному громадянинові*» («Поступ», 17–23 лютого).

Цікавим явищем видаються словотвірні гібриди, побудовані на обґрунтуванні компонентів слів, які мають складний характер, і потребують більшої майстерності: «*Автор не цурається навіть гротеску українських байок-нісенітниць, а також повторень-перегравань однієї й тієї ж сцени у дантиста у Варшаві, Відні, Мадриді, тим самим ма(в) пуючи просування* «с*хідної*» *людини на Захід*» (ЛУ, 2001. – №9) – автор статті Т. Гундорова; «*Хто ж з них впливав на другого? Обидва: Курбас – на Куліша, Куліш на Курбаса. Їхній іноді спільний мистецький світогляд витворився із схрещення попередніх двох світоглядів – Курбасового та Кулішевого… Марк Йогансен, невмолимий дотепник, що них казав*: – **Ку**-ліш – **КУ**-рбас – одне «**ку-ку**», *тільки кожний з них – зозуля в гнізді другого*» (ЛУ, 2003, 4 жовтня); «*І, може, тоді всі мінпроми та інші* «**міни**» *задумаються, як створити власну технологічну базу для лісозаготівель…*» (ГУ, 2003, 18 квітня), пор. ***мін***… (скорочення слова міністерство в абревіатурах) і **міна** як вибуховий пристрій (як натяк на шкоду для лісу через неузгодженість дій численних міністерств і відомств).

**1.2 Особливості функціонування абревіатури у семантичному полі газетної публікації**

О. Стишов відзначає: «У лексичному складі мови українських засобів масової інформації (ЗМІ) другої половини 80–90-х років ХХ століття, як і в усій загальнонародній лінгвальній практиці названої доби, спостерігається інтенсивне формування, активне функціонування, активне функціонування та закріплення в ужитку значного корпусу новотворів. Серед них порівняно високим динамізмом відзначається творення й використання різноманітних абревіатур» [44, 33]. А. Левицький помітив це явище в англійській, російській, німецькій та чеській мовах [24, 308–310].

Вчені відмічають, що інтенсивне використання абревіатур зумовлене передусім інтралінгвальними чинниками, зокрема так званою перебудовою в колишньому СССР, здобуттям Україною незалежності, пожвавленням зв’язків зі світовою спільнотою, глобальними змінами в її розвитку та багатьма іншими причинами. Усе це сприяло динамічним соціально-політичним, економічним і культурним перетворенням, активізувало процеси номінації та комунікації. Унаслідок цього значно інтенсифікувалося творення як нових слів, так і номінативів у формі словосполучення.

Поява великої кількості складних синтаксичних структур певною мірою перевантажує мову, робить її менш гнучкою, мало придатною у спілкуванні. До того ж окремі домінанти настільки громіздкі, що ними послуговуватися дуже важко. У зв’язку з цим у сучасній мові діють й інтралінгвальні чинники, найголовнішим з яким виступає закон економії мовної енергії, мовних засобів. Він тісно взаємодіє також із ще одним важливим екстралінгвальним чинником, що притаманний мові ЗМІ і має власне прагматичний характер, – ощадливим використанням газетної і журнальної площі й ефірного часу, які нині є дуже дорогими. Таким чином у мові ЗМІ виникли нові лексеми-абревіатури: Українська правнича фундація *УПФ*, Міжпарламентська асамблея *МПА*, Українська авіаційна транспортна компанія *УАТК*, комерційний банк – *комбанк*, адміністративна реформа – *адмінреформа*, депутатський корпус – *дипкорпус*, організаційна техніка – *оргтехніка*, державне комунальне господарство – *держкомпідприємство* та ін.

На думку мовознавців, не менш важливим чинником, що сприяє активізації продукування нових складноскорочених слів виступає між стильова взаємодія, яка є характерною рисою мови преси. Це виявляється у продукуванні новотворів за моделлю розмовного стилю: народний депутат – *нардеп*, перший секретар – *першсек*, шенгенська віза – «*шенгена*». Величезного впливу мова преси зазнає з боку книжного, зокрема наукового і ділового стилю: синдром набутого імунного дефіциту – *СНІД*, комп’ютерні технології навчання – *КТН*, постійне місце проживання – *ПМП*, вільноконвертована валюта – *ВКВ*, та багато інших [38, 34–35].

Інтенсивне використання абревіатур у мові преси має свої негативні сторони: більшість нових абревіатур, що виникли протягом останніх десятиліть ХХ століття, стали незрозумілими для читача; вони не зафіксовані в найавторитетніших лексикографічних працях, зокрема в «Словнику української мови» (СУМ, 11-т.), словнику скорочень української мови за ред. Л.С. Паламарчука. Творення і апробація у мові абревіатур і складноскорочених слів – процес настільки інтенсивний, що на сьогоднішній день багато з них не трактуються відносно новим словником – «Коротким практичним словником абревіатур та скорочень української мови» Б. Зінкевича-Томаника, О. Григор'єва, Я. Приходи.

Крім того, газетні заголовки і мова публікації певною мірою перевантаження абревіатурам і скороченням зловживання продукуванням і застосуванням неузвичаєних абревіатур, особливо ініціальних, ускладнює сприйняття інформації: читачеві доводиться кілька раз переглядати текст, щоб знайти словосполучення, що стало базою для творення абревіатури. Звичайно, якщо у тексті газетної статті абревіатура, що винесена в заголовок, розтлумачується. Як наприклад, візьмемо кілька сторінок газети «Молода Галичина» за 30 листопада 2004 року. У одному номері газети у заголовках зустрічаємо кілька абревіатур: «**ОЕ**» *виступив із вірменським віртуозом*»; «*Заява прес-центру* **ДПА** *у Львівські області*»; «**СОТ** *за* *розширенням*»; «**Електроконтробанда**»; «*Новий* **держкомітет**»; «**Міськрада** *без комп*’*ютера*»; «*Рішення щодо* **облвиконкому** *призупинено*»; «**НАТО** *і* **ЄС**» – *проти*»; «**ВАЗ**» *розширює* *кордони*»; «*Гір проти* **СНІДу**». Багато з абревіатур є зрозумілими для читача і не потребують зусиль для сприйняття інформації газетної статті: *облвиконком* – *виконком обласної ради.*

Загальновідомими стали абревіатури *СНІД*, *НАТО* і *ЄС* (особливо у зв’язку з останніми подіями), міськрада, держкомітет.

Що означає «електроконтрабанда» читач дізнається із змісту цілої статті, у якій йдеться про спеціальну операцію «Псевдоекспорт», під час якої податківці і працівники Західної регіональної митниці затримали автомобіль із великою партією електроприладів для вимірювання витрат води та диференційних сифонних монометрів. Значення абревіатури *СОТ* стало відомим завдяки останнім подіям в історії нашої держави, адже читачі чи не кожний день чують в інформаційних випусках теленовин і радіо ефіру про заявку України про вступ до Світової організації торгівлі.

Що означає абревіатура «*ОЕ*» читач може дізнатися тільки з тексту. Виявляється, що йдеться про спільний виступ «Океану Ельзи» («ОЕ») і знаменитого вірменського музиканта Дживана Гаспаряна. Читачеві залишається лише подякувати за розшифровку абревіатури. На першій сторінці цього ж номера газети зустрічаємо ще одне скорочення: «*Золотий м’яч отримає наш Шева?*». Цього разу читач може завдячувати світовій славі українського футболіста Андрія Шевченка і, звичайно, його фото під заголовком статі. Абревіатури зловживають й інші журналісти, які навіть їх не розшифровують у текстах. Наприклад: «**УБПР:** *зручність і доступність передусім!*» («Поступ», 2005, 24 лютого). Пересічному читачеві важко здогадатися, що абревіатура є скороченням назви Універсальний банк розвитку та партнерства; «*Привид* **ЧМП** (УМ, 2005, 18 січня) – у статті розповідається про Чорноморське пароплавство і розшифровується абревіатура.

За дериваційними ознаками серед величезного масиву абревіатур, зафіксованих у мові преси, науковці (Каховська Л.Ф., Віняр Г.М., Стишов О.А. та ін.) виділяють три основні групи: часткові, ініціальні, комбіновані, хоч у мові сучасних українських газет у їх формуванні спостерігаються свої особливості.

«Характерною особливістю часткових, або частковоскорочених абревіатур є скорочення не всіх компонентів синтаксичної структури (базового словосполучення), а лише одного чи кількох, але з обов’язковою наявністю одного повного слова» [44, 35]. Наприклад: політична структуризація – *поліструктуризація* «процес чіткого оформлення політичних структур»; державна партійна номенклатура – держпартноменклатура»; екологічна освіта – екоосвіта. Остання ознака сприяє більшій прозорості внутрішньої форми слів, полегшує їх розуміння читачами.

Серед частковоскорочених абревіатур-інновацій у заголовках і текстах газет зустрічаємо такі: «**Телезвернення** до нації Едуардо Фрея» (УМ, 2000, 30 березня); «**Телехалтура**» (ЛУ, 2004, 16 вересня); «Скільки коштує *євроремонт*» (МУ, 2006, 4 квітня); «**Наркобарон** і **наркодолари**» (УМ, 2000, 7 лютого); "…*А* **демсили** *підтримує* **Рух**» («Час», 2002, 19 лютого); «**Спецпатент** *вигідний, але створює проблеми*» («День», 2000, 24 грудня); «*Як ви оцінюєте стан* **політбомонду?**» («День», 2006, 25 лютого). «*У Москві цього не було, там кожний канал залишається вірний самому собі. Думається, до такої вибудуваності й визначеності «ролей» прагнуть зараз і наші* **телебізнесмени** *й* **телеполітики**» («День», 2005, 24 грудня); «*А тут тижнями, з дня в день, аж тремтять стіни, пропускаючи крізь себе стук, кулеметний дріб при підвищеній звукопроникності наших домівок. У березні –* **євроремонт** *в помешканні 30-го поверху, в квітні – в другому під’їзді, тепер – у магазині на 1-му поверсі*» (ВК, 2006, 28 серпня); «*Коли* **наркокур’єр** *прибуває до міста, збувальник товару одразу телефонує своїм довіреним особам. Зустрічається в домовленому місці, розраховується*» (УМ, 2003, 4 березня)»; «*За такі кошти, як зауважує один функціонер від влади, не те, що дах поїде по партійній фазі, а й скоро бізнесмени від ідей всю область запишуть у* **політчлени**» («День», 2006, 7 лютого); «*Прикро, що серед представників* **сексменшин***, які юрбами валили на це безсоромне видовисько, опинились і носії та національна гордість української культури: актори, співаки, композитори, вчені, політики, бізнесмени*» (ВК, 2000, 9 червня);

«*Тим часом у всіх наших етнічних землях християнська віра злилася зі старою* **етнокультурою***, з язичницьким віруванням, звичаями, обрядами, побутом, мовою, ментальністю українців*» (ЛУ, 2003, 12 червня); «*У піснях і народних обрядах закодована* **етнопсихологія***, підсвідоме, національне «Я», включно з національним побутом*» (ЛУ, 2005, 14–16 вересня).

Часто-густо абревіатурні і скорочені інновації здебільшого не стають надбанням загальномовного словника, залишаються оказіональними утвореннями, що покликані яскраво відтворити певний образ, ситуацію, поняття, явище, а водночас просто привернути увагу читача: «**КМУЦА** *готує* *Україні* **нац'євнухів**?» («Освіта», 2000, 25 листопада – 2 грудня) із статті дізнаємося, що КМУЦА – Київський міжнародний університет цивільної авіації «**Телеін'єкції** *в мозок*» («День», 2005, 24 вересня); «*Який* **теледруг** *потрібен нашим дітям?*» («День», 2004, 10 липня); «**Політолігархи**» *тіснять* *патріотів*» («День», 2000, 15 січня); «*Діти* «**СОВКА**» (ЛУ, 2004, 19 серпня). У структурі газетного мовлення зустрічаємо і абревіатури з першим усіченим питомо українським компонентом, які постали на основі прикметниково-іменникових словосполучень, абревіатури, що утворилися з частин кількох перших і повного останнього складника розгорнутої номінації, а також універбати, утворені на основі словосполучень, у яких усічення зазнали всі компоненти – означальні й означувані: «**Держкомпідприємства** *залишаються на місці*» («Поступ», 2005, 19–20 лютого); «**Держгодівниця** *незабаром закриється?*» (УМ, 2004, 19 листопада); «*Небезпека* *розтаємничення* **дергодівниць**» («День», 2003, 2 грудня); «*А* **компартбільшість** *знову проти…*» (УМ, 2006, 4 грудня); «**Авіапром** *хочуть об'єднати*» («Експрес», 2004, 19–20 жовтня); «*Старий-новий* **Генпрокурор**» (МГ, 2004, 10 грудня).

Ініціальні абревіатури, або акроніми, – досить значний за обсягом корпус лексичних скорочень, який активно використовують журналісти. Це літерні і звукові, літерно-звукові, комбіновані новотвори: «**Есдеки (о)** *втрачають людей*» (УМ, 2005, 22 січня) – використано абревіатуру назву партії і фракції Соціал-демократична партія (об’єднана); «**ПФ** *повинен поповнитися*» (ГУ, 2006, 14 лютого); – ПФ – пенсійний фонд; «**МАС** **98**» (УМ, 2006, 9 вересня); – Міжнародний автомобільний салон. В. Нагіна відзначає як досить поширене явище у мові сучасних ЗМІ творення абревіатурних і складноскорочених слів, зауважуючи при цьому: «Важливим фактором в організації журналістського дискурсу є емоційність. Саме цим пояснюється проникнення в сучасну публіцистику оказіональних лексем, які виконують не стільки інформативну функцію, скільки забезпечують емоційний вплив на слухача, посилюють сприйняття почутого, урізноманітнюють і збагачують індивідуальне мовлення. До таких новотворів належать: ***дубократія***, есдеки, толерувати (від толерантний), читабельний, таксо бус, допінгейт, довгалізація (від прізвища голови Селянської партії Довганя), кучкізм тощо [31, 119].

У процесі активізації творення абревіатур і скорочених слів зростає кількість омонімічних утворень, що є зовсім небажаним явищем. Адже читачеві буває досить важко зрозуміти зміст таких скорочень. Вони можуть спричинити плутанину, помилки в сприйнятті інформації. І хоч такі омонімічні абревіатури часто зрозумілі з контексту чи ситуації, проте, утворюючи нові одиниці, цього явища слід уникати, тим більше, коли немає у цьому гострої необхідності.

Отже, оскільки творення інноваційних абревіатур у заголовках і текстах газетних публікацій – досить поширене явище, воно вимагає обережного їх використання, щоб не зробити українську мову важкою і незрозумілою для читача.

**1.3 Сленг і жаргон як засіб експресії у мові сучасної української преси**

Літературну мову зумовлює мовна мода покоління, і кореспондент часто виступає своєрідним медіатором між живомовною практикою жаргоновживання свого покоління і літературно обробленим словесно-художнім масивом, сам виступаючи продуцентом жаргонного словника [49, 57].

Леся Савицька, автор «Короткого словника жарґонної лексики української мови», пов'язує функціонально-стилістичний параметр жаргону і *сленгу* із «потужною сміховою першоосновою, що є складником культури як такої та національної сміхової культури зокрема» [48, 11].

У пострадянський час жаргонна лексика і сленг легалізувалися як колись «заборонений плід» і почали входити у мову художніх творів (О. Забужко, О. Ульяненко, Ю. Андрухович, С. Почальчук та ін.), а також у мову преси. Мова газети, як вже зазначалося вище, орієнтується водночас на експресію і стандарт. Максим Рильський писав: «Ви розгортаєте газету або журнал, читаєте статтю чи начерк, і вас охоплює іноді безнадія від тої сірості, штампованості, в яких зовсім невірно вбачати відрадні прикмети стабілізації і стандартизації. Та й яка, власне, може бути «відрадна» стандартизація мови, коли жива мова – це процес, а не закам'янілий факт; це широководна річка, що віддзеркалює в собі і береги, і небо, і мінливість хмар, і прудкий блискавичний льот аероплана, і зигзаги пташиних крил, а не покритий зеленою ряскою непорушний ставок! І хіба можна говорити про них усе тими самими до нудоти заяложеними словами» [39, 7]. Експресію у мову газети вносить сленг і жаргон, особливо у мову молодіжної газети. Отже, ще одна із причин їх функціонування у цьому стилі української мови. В.Г. Костомаров називав ще одну з причин цього явища. Він відзначав, що широке використання у пресі жаргонної, просторічної лексики пояснюється тим, що у сучасному суспільстві нелітературні (часто кримінальні) групи, люди без глибоких і чистих коренів створюють замкнену псевдоеліту, достатньо багату і власну, щоб розповсюджувати свої корпоративні смаки [21, 47].

У наш час на мову масово-політичної інформації взагалі і на газетну публіцистику зокрема значний вплив має усне мовлення, яке в останні роки доповнилося значною кількістю жаргонізмів. Журналісти, особливо молодіжних видань, прагнуть внести у текст свіжий подих життя, утримати читача, привернути його увагу, бути з ним на «ти».

«**Блатні** *зв’язки Дженні*» (УМ, 2001, 23 травня) – про дочку Джорджа Буша, якій не допомогли зв’язки.

У словнику Лесі Ставицької слово «блатні» реєструється як жаргонне – «злодійський жаргон, те, що стосується протекції, підтримки» [39, 49]; «*Ще тиждень – на картоплю і* **бодун**» (УМ, 2001, 4 травня). *Бодун* – 1. погане самопочуття після пиятики, похмілля; 2. Пиятика (молоді) [46, 51]; «**Братва** *з Криму вже виїхала*» (УМ, 1999, 29 квітня). *Братва* – «члени угруповань, рекетирів, кримінальних структур в економіці, мафіозних угрупувань» [46, 57]; «**Крутий** *ректор* – **крутий** *ВУЗ*?» (ГУ, 2004, 1 жовтня). *Круто* – 1. Схвально. Найвищою мірою, дуже сильно; 2. Несхвально. Зухвало, нахабно (про поведінку); 3. Схвально. Дуже добре; 4. Крутий – багатий, респектабельний, процвітаючий і т. ін. [39, 152–153]. У тексті статті слово функціонує в останньому значенні. Сленгові слова «круто», «крутий», «крутизна», «крутяк», «крутелик», побутують у молодіжному середовищі досить широко: «*Шкільна форма* – **це круто**» – такий вираз зустрічаємо в досить «дорослій» газеті – «Експрес», 2004, 14–21 жовтня. Вважається, що рос. *крутой* у цих нових значеннях, під впливом яких розвинулося й укр. *крутий*, є калькою англ. tough [46, 46].

У мові преси лексема «*крутий*» з дериватами *круто*, *крутість*, *крутизна*, *та ін.* уживається дуже часто як у заголовках, так і у текстах: «**Розборки** *по-свалявськи*» – заголовок, текст починається реченням «*Місцевого* «**крутяка**» *застрелили на власному подвір'ї*» (МГ, 2003, 7 вересня); «**Крутий** *новий макіяж*» (МГ, 2004, 4 травня).

У мові газет функціонує багато новостворених слів від **крутий**, **круто**: «– **Розкрутка**, *яку ви маєте на сьогодні, на ваш розсуд, достатня*?» (із інтерв’ю з членами музичної групи «Авіатор», УМ, 2005, 13 квітня); «*Тим, хто не вміє, або не хоче* **«крутитися»**, *хто чекає подачок від держави, нічого робити в бізнесі*» (ВК, 2006, 16 червня); «*Банк устиг* **прокрутити** *ці кошти кілька разів*» (УМ, 2006, 7 жовтня).

Молодіжний сленг включає найрізноманітніші назви людей з додатковим оцінним значенням – салабон, бамбук, бивень, лох, чайник. У пресі найчастіше використовуються слова саме з таким значенням: «*Ядерна фізика для справжніх* **чайників** *або як виготовити атомну бомбу на кухні*» (УМ, 1998, 10 вересня).

Значною групою молодіжного сленгу є слова на позначення грошових одиниць. Останні роки позначилися активним проникненням у нашу мову таких лексем як *бакси*, *гріни*, *зелені*, *капуста*. Сленгізми функціонують як у розмовній, побутовій, так і у газетній мові: «*50* «**баксів**» – *за людську голову*» («Експрес», 2004, 30 вересня – 7 жовтня); «**Бакси**» *змінили колір*» («Експрес», 2004, 30 вересня – 7 жовтня); «*Не словом, а тілом* *«Роксолана* *за 500* **баксів**» (УМ, 2005, 20 серпня). *Бакс* – «Долар США» [39, 37]. Американський розмовний buck «долар»; «*На 50-річчя, наприклад, крутому* **бой-френду** *можуть вручити 50-грамовий зметок чистого золота 999.9 проби за три* **штуки баксів**» (УМ, 2004, 7 квітня); «*Коштує не більше 50–100 «зелених на людину*» (СГ, 2003, 28–30 серпня); «*Загалом у ході операції… вилучено… близько півтори тисячі доларів США, в обіг не потрапило майже 5 тисяч фальшивих* **зелених**» (УМ, 2004, 20 червня).

На позначення грошей використовують і слово **бабки**, яке потрапило у молодіжний сленг з арго. «*По-різному* «**збивають бабки**» (СГ, 2006, 2 грудня); «*Затриманий, озброївшись обрізом 12-го калібру, спробував* **збити бабки** *з 36-річного односельця*» (УМ, 2006, 12 червня). Сленгізм **бабки** найчастіше вживається у словосполученнях з дієсловами **збити**, **зшибати**, виступають у мові преси також із дієсловами **болебити**, **доїти**: «*Прийдеться* «**болебити**» *гроші тим самим способом*» (УМ, 2005, 7 липня); «*Вони продовжують* «**доїти**» *їх до завершення справи*» (ГУ, 2004, 2 квітня).

Слово «*грини*» (звичайно в русифікованому варіанті) гріни походить від американського розмовного greenbacks «гроші, долари» (букв. «зелені спинки»). Пізніше з'явилося слово «кеш» – «готівка» (англ. сash).

Ключовими словами вітчизняного підприємства стали професіональні й сленгові значення дієслова *крутити* та його дериватів: *крутити* – «пускати кошти в оборот для одержання прибутку; *прокручувати* / *прокрутити* – «незаконно використовувати чиї-небудь кошти як короткострокові позички, інвестиції тощо для одержання прибутку, затримуючи їх виплату клієнтам»; *розкручувати* / *розкрутити* – «надавати розмаху чому-н, стимулювати розвиток чого-, кого-н»; *накручувати* / *накрутити* – «збільшувати суму, ціну, оплату порівняно з вихідною або посередньою (за рахунок накладних витрат, зокрема в роздрібній торгівлі, посередницьких послуг, махінацій».

Дієслово *крутити* та його деривати часто використовуються у мові преси – у заголовках і текстах статей: «*На ринку потрібно* **крутитися**» (МГ, 2003, 7 вересня); «*Незаконна* «**накрутка**». *Що це?*» (УМ, 2002, 5 квітня) та ін.; «*Хто* **накручує** *ціни?*» («Експрес», 2004, 9–16 грудня).

На початку 90-х років у мові преси (із живого мовлення) з'являється слово *тусовка* та його деривати *тусуватися*, *тусовочник* – від значення «спілкування певних неформальних груп населення (молоді, богеми, «фанів» і т. ін.); місце такого спілкування; саме таке неформальне угрупування».

У семантичному полі газетної статті такі лексеми нерідко функціонують з конотацією фамільярності або навіть іронії: «*Представницька* «**тусовка**» *ректорів пройшла у Дніпропетровську*» (УМ, 2000, 10 червня); «*Молодіжна* **тусовка**» (УМ, 2004, 12 травня); «*Привіт*, **тусовочники!**» (назва рубрики у газеті «Вечірній Київ»); «*Революційна* «**тусовка**» (УМ, 2004, 14 грудня); «*Останні* «**тусовочники***»* *у наметах*» (підзаголовок: «*Як проходять заключні дні наметового містечка на столичному Хрещатику*» (УМ, 2005, 15 січня). Активно використовується журналістами лексема «*кайф*» – задоволення, насолода, будь-які приємні емоції від чогось [46, 130]; «*Отримав* **кайф** *і спалив сусідів*» (ГУ, 2005, 25 лютого) – слово надає заголовку негативно-іронічного відтінку, оскільки у статті йдеться про людину, яка спалила сусідський будинок у стані глибокого сп’яніння; «**Кайф** *від Майдану*» (НС, 2004, 8 грудня) – слово використане у позитивному значенні. «*Вони хотять їсти, хотять теплої одежини, і хоча б якогось* «**кайфу**» (УМ, 2006, 4 серпня). Болючою проблемою сьогодення є розповсюдження наркоманії серед молоді. У складі молодіжного сленгу наявні сленгізми, які прийшли з жаргону наркоманів [25, 105]. У сучасній пресі зустрічаємо: трава, колеса, косяк, торчати, ширка тощо: «*Як потрапляє до рук молоді ця* «**ширка**» (УМ, 2006, 24 травня); «*Інвалід налагодив свою власну лабораторію і варив* **ширку** *для себе і на продаж*» (ГУ, 2004, 12 квітня).

У молодіжному слензі багаточисельну групу становлять назви дій, процесів, станів. У тематичному плані такі сленгізми досить різноманітні. Це і розумові процеси (**втикати**, **врубатися**), і пересування у просторі (**вигрібати**, **шастати**), і агресивні дії (**наїхати**, **болебити**) [25, 104].

У пресі, особливо молодіжні сленгізми вживаються часто-густо: «*Рецепт від самотності*: *шукати теплі сторінки, нове тіло*, **втикати** *у все це, втягуватись у нові історії, говорити дурні слова, створити ілюзію, що все це буде вічно*» (СГ, 2006, 27 серпня); «*Через годину херсонців уже класно* **шмонали** *кіпрські митники*» (ВК, 2005, 15 жовтня); «*Голова минулим літом* «**навішав лапші**», *подавши фіктивні довідки про кредит зерна представникам австрійської фірми, одержав грошовий кредит*» (ГУ, 2006, 5 листопада); «*Удруге чоловіки з довгим волоссям і у шкірі, учасники групи* SAMAEL (heavi metal) *зібрались і* **забацали** *проект* XYTPAS. *Це звучить* **потрясно**, *по-новому і незвичайно*, *одним словом стильно*» (із інтерв’ю з музичним продюсером Ю.Нікітіним. ВК, 2005, 18 травня).

У структурі газетного тексту зустрічаємо ряд інших лексем, що належать до молодіжного сленгу: комп – те, саме, що комп’ютер [46, 145]; «**Модинг**, *або Нестандартний вигляд твого* **компа**» (МГ, 2004, 2 грудня). Використання жаргонізмів стало масовим явищем як у розмовній мові, так у художніх творах, в пресі й мові політиків. Це звичайно елементи кримінального, армійського жаргонів, жаргону наркоманів, сфери видовищного бізнесу тощо. Особливо активно використовуються елементи кримінального жаргону – як традиційні для радянського (російського) злочинного світу, так і порівняно нові, що активізувалися з кінця 80-х рр. У зв’язку з розвитком тіньового бізнесу, появою нових форм злочинності, розростанням злочинності до розмірів масового явища [52, 35]. Крім того, на відміну від елементів просторіччя, «суржику», вульгаризмів, жаргонізми використовуються не тільки в своєму прямому, власне номінативному, а й у метафоричному значенні. Так, особливо часто в метафоричних уживаннях виступають такі жаргонізми, як: рос. беспредел і частіше – різні «українізовані» (графічно, фонетично і семантично) версії цього слова: «*Протистояти* «**бєспрєдєлу**», *що коїться на всіх рівнях* – *від державного до влади наркоманів у найближчій від твого під’їзду підворітні, – поки це можливо*» (ГУ, 1998, 10 вересня); «*Коли панує* **безпредєл**» (УМ, 2000, 10 червня); «*Моральне* **безмежжя**, *атмосфера вседозволеності, розвиток злочинства, хабарництво… і корупція*» (УС, 2000, 12 вересня) – у тексті рос. беспредел кальковано → укр. *безмежжя*. Так само у заголовку «*В умовах правового* **безкраю**» (ГУ, 2001, 6 грудня) уживано український варіант російського «*беспределу*», тоді як можна було використати слово «свавілля» **рос. розборка**, частіше у формі множини розбори і українізований варіант *розбірка (розбірки)*: *кримінальні*, *мафіозні*, *криваві*., переносно: *п’яні*, *політичні*, *міжнаціональні*, *фінансові* та ін.: «*Правоохоронні органи в політичних* **розбірках**» («День», 2000, 18 червня); «*Нові газові* **розборки**» (ГУ, 2006, 16 грудня); **наїхати** / **наїжджати**, **учинити наїзд:** «*Задорожна* «**наїхала**» *на Вітренко*» (ГУ, 2004, 31 грудня – про сутичку двох кандидатів у депутати Верховної Ради); **братки**, **братани**, **братва** – «члени організованих бандитських угрупувань» [39, 56–57]; «*Наш затюканий* **братанами** *від влади українець*» (УС, 2006, 16 грудня); «*Розбій і замах на життя державних діячів*» підзаголовок: «*під таким звинуваченням затримано* «**братків**», *які побили народних депутатів на Закарпатті*» (УМ, 2005, 6 січня); **Базар** / **базару немає** – розм. уживається на знак згоди з ким-небудь; **Базарити** – говорити [39, 36]; «*Добазаритися*» («Час», 2001, 3–9 серпня) – про зустріч на фестивалі «Слов'янський базар» президентів України і Росії); «*Хто відповідатиме за* **базар** *в українському ЗМІ?*» (СГ, 2005, 17–23 лютого); «*Ми – не козли! Або за* «**базар**» *прийдеться відповідати*» («Експрес», 2004, 26–27 грудня).

У текстах газет функціонують і інші лексеми із кримінального жаргону: «*На рахунку* «**ведмежатника**» – *сорок* *злочинів*» («Експрес», 2004, 26–27 жовтня); «**Завязати**» *з бізнесом важче, ніж його відкрити*» (ГУ, 2005, 17 лютого); «*Понятий – тому що* «**по понятіям?**» («Експрес», 2004, 19–20 жовтня); «*На полювання виходять* «**щипачі**» («Експрес», 2004, 23–24 листопада); «**Пацани** *не допхали*» («Експрес», 2004, 19 грудня). «*Міністерство освіти, висловлюючись новітньою термінологією, просто* **кинуло** *педагогів з цією дванадцятибальною системою*» (ВЗ, 2002, 5 квітня);

«*– Чи будете ви наполягати на скасуванні депутатської недоторканості?*

«– *Обов’язково… Менше будуть рватися до Верховної Ради, щоб отримати там «дах»* (ВЗ, 2006, 7 грудня).

О. Тараненко пов'язує поширення кримінальної лексики на рівні розмовного стилю і її входження у мову художньої мови й публіцистики із криміналізацією суспільного життя: "…І це явище стає віддзеркаленням кримінальної свідомості суспільства, яке, не соромлячись користуватися такою стилістикою, починає характеризувати життя в системі координат злочинного світу» [52, 36]. У мову бурхливо ввірвалася «кримінальна» метафора, яку часто чуємо з теле-, радіоефіру, читаємо на шпальтах газет – «Сучасна наша держава – це зона, де є пахани і зеки» (УС, 2006, 10 червня). Давно вже помічено, що якщо певний комплекс явищ становить об’єкт особливого зацікавлення для широкого кола мовців і відзначається внаслідок цього емоційним ставленням з боку останніх, то слова – члени тематичної групи (груп), яка позначає цей комплекс, стають джерелом номінативної, в тому числі метафоричної, «експансії» в напрямі номінації явищ інших комплексів [52, 36]. У радянський час мовознавці спостерігали явище «військової» метафори: ***командири, виробництва, командні висоти в економіці, господарський, ідеологічний і навіть сімейний фронт, забезпечити собі тили, ударник п’ятирічки тощо*** [5, 81].

**2. Функціонування фразеологізмів у газетних текстах**

**2.1 Узуальні фразеологічні одиниці як засіб інтенсифікації вислову**

Фразеологічні одиниці є оптимальним засобом впливу, послуговуючись яким «адресант кодує певну інформацію не лише з метою донесення її до читача (адресата), а й з метою актуалізації його уваги» [19, 34]. Виражальні особливості фразеологізмів спираються на високий ступінь узагальненості значення, на експресивно-емоційну наповненість, наявність стилістичного забарвлення та образність, що, у свою чергу, зумовлює широкі можливості їх використання у мові газети. Виражальні засоби фразеологізмів спираються на високий ступінь узагальненості значення, на експресивно-емоційну наповненість, наявність стилістичного забарвлення та образність, що у свою чергу, обумовлює широкі можливості їх використання у ЗМІ.

Зауважимо, що фразеологізми трапляються у текстах газет як у зафіксованій словниковій формі, так і в зміненій, трансформованій. Наприклад: «*Пан або пропав*» (МГ, 2006, 25 листопада). Значення фразеологізмів тлумачаться словником: пан або (чи, хоч) пропав. Домогтися усього бажаного чи все втратити [57, 11, 607]. Значення фразеологізму переноситься на текст статті, конденсує її зміст, адже в ній йдеться про політичну розстановку сил.

Увиразнює семантику заголовка підзаголовок: «*Хто виграє від подій, які нині відбуваються в Україні – Ющенко, Янукович чи український народ?*».

Більшість публікацій заголовків у своїй структурі містить перлини народної фразеології (прислів’я, приказки): «*Видно пана по халявах*» (ЛУ, 2004, 30 вересня) – Роман Дідух про депутатів Верховної Ради; «*Цей про образи, а той про гарбузи*» (ЛУ, 2004, 16 вересня) – у статті подаються різні погляди Євгена Сверстюка та Богдана Мельника на Миколу Гоголя; «*Який віз, такий і перевіз*» (ЛУ, 2002, 16 березня); «*Охрімова свита та не мною шита, або Хотіли, як краще, а вийшло – як завжди*» (ЛУ. 2002, 7 квітня) – у заголовку подано фразеологічні синоніми, що створює експресивну цілеспрямованість всієї структури, своєрідний ефект нагнітання експресії.

Фраземи використовуються як засіб експресії тексту газетної статті: «*Ми* **поставили крапку** *в долі ще одного злочинного формування*» (ГУ, 2005, 7 червня); «*Часи популізму* **канули в Лету**?» (УМ, 2006, 17 жовтня); «*Справді, навіщо* **бити на сполох***, якщо зрештою все одно розраховуються із загальної казни держбюджету*» (ВЗ, 2006, 12 листопада); «*Соціальні працівники* **б’ють в усі** *можливі* **дзвони***, щоб справа* **зрушила з мертвої точки** *в інтересах нації*» (УМ, 2006, 2 грудня); «*Не один раз ми розпочинали реформування з того, що «***різали по живому***», а вже потім* **чухали потилицю**» (УС, 2006, 7 грудня); «*Держслужбовці,* **яким показали на двері***, не погодилися зі скороченням*» (ЛГ, 2005, 2 вересня); «*Майже два роки німецький підприємець, який інвестував АГП України 8 млн. дол., змушений* **ходити по зачарованому** *колу київських інстанцій*» (ДУ, 2005, 3 січня).

Народні фразеологізми, як відомо, вирізняються багатством емоційно-експресивних барв. В залежності від мети журналіста, в залежності від контексту вони можуть використовуватись для вираження, схвалення, жарту, надавати тексту невимушеності, створення «художності викладу»: «*Що дяку можна, то попові зась*» (ЛУ, 2006, 17 травня) – ефект іронії, жарту; «*Крим* «*коней на переправі не міняє*» (ГУ, 2005, 17 лютого) – у статті розповідається про небажання кримчан міняти владу; «*Хочеться, та колеться*» («Поступ», 2005, 22 лютого).

Фразеологізми є засобом створення образу, особистісної характеристики героя статті: «*Язик без кісток*» («Поступ», 2006, 10 грудня) – статтю присвячено Тарасові Чорноволу; Язик без кісток. Хто-небудь надмірно балакучий, або говорить щось беззмістовне, неістотне, не варте уваги. [57, 11, 977]. Значення фразеологізму (за словником) повністю передає зміст і емоційно-оцінний тон статті.

В окремих випадках образність базується не на переносному, а на прямому значенні фразеологічної одиниці: «*З моста – у воду*» («Експрес», 2004, 19–21 листопада) – у статті йдеться про чоловіка, який в стані оп’яніння упав з моста у воду і залишився живим; «*Після мене хоч потоп!*» (УМ, 2005, 25 січня) – втрата води через недбалість і безгосподарність ЖЕКу.

**2.2 Посилення виразності та експресії медіа-текстів за допомогою оказіональних фразеологізмів**

З метою інтенсифікації виразності журналісти вдаються до найрізноманітніших індивідуально-авторських експериментів. «Стилістично задані відхилення від норми є показниками суперечностей і повсякчасної боротьби між суто інформативною та експресивною функціями мови, між синхронічною замкнутістю і діахронічною відкритістю мовної системи, між мовою, що прагне до стабільності, і мовленням, що прагне до творчого пошуку» [50, 188]. Щоправда, встановити саму фразеологічну норму буває іноді дуже важко. Цілком логічно, що фразеологічні норми мають регулювати правильне використання тих одиниць, котрі є об’єктом фразеології, тобто фразеологізмів. Проте специфіка фразеологічної одиниці, як такої (семантична цілісність нарізно оформлених компонентів, їх варіантність і факультативність) обумовлює певні труднощі у визначенні її нормативно-ненормативного використання, що пояснюється також і тим, що фразеологія – «надзвичайно мобільна мовна система», де «досить щільно переплітаються зусилля й наслідки різнорідної (у хронологічному, регіональному та інтелектуальному відношеннях) мовотворчості» [58, 152].

Мовознавці (Колоїз, Ковальчук, Чабаненко) наголошують на тому, що індивідуально авторські «забави» із фразеологічним матеріалом (продукування оказіональних фразеологізмів) – це не ті порушення, які призводять до денормалізації, дестабілізації літературної мови, а є одним із способів створення актуалізованого контексту, оскільки «вільне і творче використання різноманітних мовних засобів спирається на глибоке знання стилів мови і вміле їх застосування, а також на розуміння законів і правил їх взаємодії та взаємопроникнення» [35,171].

Отже, як вже зазначалося основне призначення фразеологізмів у мові газети – бути засобом актуалізації, суть якої полягає у тому, що мовні одиниці самі по собі зосереджують увагу адресата і сприймаються ним як щось неординарне, позбавлене автоматизму. Фразеологія у газетній мові і заголовках статей представлена інгерентними, (у тому числі народна фразеологія) фразеологічними одиницями, що, власне, і забезпечують експресивність. Узуальні фразеологізми привертають увагу читача і зацікавлюють змістом статті (читачеві хочеться взнати, який факт чи інформація прихована за такою назвою), створюють додаткову динаміку в сприйнятті тексту. Наприклад: «*Народу* **плюнули****в душу**» («Експрес», 2004, 2–9 грудня); «Досить **лоби розбивати!…**» (ЛУ, 2005, 1 січня); «*Страх має великі очі?*» (ГУ, 2004, 26 жовтня); «**Біля розбитого корита**» (ГУ, 2004, 20 жовтня); «**Між двома вогнями**» («Експрес», 2004, 13 жовтня); «**Один у полі не воїн**» («Поступ», 2004, 17 грудня); «*Як мед, то й ложкою*» (ЛУ, 2004, 22 липня); «**Риба гниє з голови**» (ЛУ, 2005, 6 січня); «**Поставлено крапку** *в долі ще одного злочинного формування*» (ГУ, 2005, 25 січня); У наведених заголовках інтенсифікація виразності забезпечується інгерентними фразеологізмами, що характеризуються притаманною їм внутрішньою експресією, оскільки експресивність, на думку багатьох мовознавців, – одна з категоріальних ознак фраземи, в основі якої лежить переносно образне значення. Це чітко простежується при зіставленні фразеологізму зі словом чи словосполученням, що використовується для позначення того самого поняття. Наприклад: «*Підґрунтям реформофобії відомств і профспілок є купюрні арґументи* та **наполеонівський комплекс**» (ГУ, 2004, 19 грудня), де **наполеонівський комплекс** – «хворобливе усвідомлення своїх фізичних і психічних вад, меншовартості». Подібні узуальні фразеологізми активно впливають на свідомість читача, де автоматизують сприйняття тексту, активізують мислення, викликаючи відповідні асоціації: «**Дамоклів меч** *боргу держави*» (ГУ, 2001, 25 грудня); «**Охрімова свита** *чи бюджет розвитку?*» (ГУ, 2001, 17 лютого); «**Кому піп**, **кому попадя**, *а кому й попова дочка*» (УС, 2006, 28 листопада).

Правильному розумінню зображуваної ситуації сприяють, по-перше, досвід того, хто сприймає ситуацію, фразеологічні знання адресата, його вміння сприйняти і правильно витлумачити уставлену конструкцію: адресат повинен, як мінімум, знати продовження вислову («*Чули дзвін, та не знають де він*»; «*Хто сіє вітер, пожне бурю*», «*Сім разів одміряй, один раз відріж*»; «*Не кажи «гоп», поки не перескочиш*»; «*Говорили, балакали, – сіли та й заплакали*»); по-друге, контекст, у межах якого використовується фразеологічна одиниця. Незнання фразеології «гальмує» сприйняття тексту і загалом призводить до «спотвореного» розуміння. Наприклад: у контексті «*Пацієнт* **залишилася з носом**» (МГ, 2002, 17 березня) має місце подвійна актуалізація конструкції «**залишитися з носом**» (фразема має у контексті пряме й переносне значення). У результаті дії прямого («ніс як частина тіла») і узагальнено-метафоричного («зазнати невдачі, неприємності») значення відбувається одночасно сприйняття двох семантичних планів. «Поєднання прямого й переносного значень не характерне для звичайного мовлення, руйнує стереотип сприйняття і створює подвійну виразність» [18, 146]. До того ж компонент «**з носом**», як свідчить сама стаття, аж ніяк не пов’язується з лексемою **ніс**, що використовується для позначення частини тіла людини чи тварини. Інгерентний фразеологізм **залишитися з носом** виник на основі давнього народного прислів’я «**Не ходи до воєводи з носом**, **а ходи до нього з приносом**», де **з носом** означало «приношенням», з хабарем (до воєводи треба було іти не лише зі звичайним хабарем («**з носом**»), а ще й додатком до нього («**з приносом**»), бо може статися так, що звичайного хабара буде замало, доведеться «**з носом**» безрезультативно повертатися додому» [19, 36]. Етимологія фраземи дає змогу зрозуміти інший заголовок «**Ніс усьому голова!**» («Експрес», 2004, 21–29 жовтня) статті, де йдеться про корупцію і хабарництво в медичних закладах. Саме такі фразеологізми, зрозуміло, активізують мислення читача, викликають у нього напругу почуттів.

Експресивність заголовку і тексту публікації досягається тим, що переносно-образне значення фразеологічної одиниці накладається пряме значення одного з її компонентів. Наприклад: «**Рибу треба чистити з голови**» (пор. «*Риба гниє з голови*») – у статті йдеться про те, що голову міськвиконкому необхідно зняти з посади (УМ, 2004, 16 грудня). На основі випадкових асоціацій можуть зближуватися поняття, одне з яких виражено фраземою, інше – лексемою, словом вільного вжитку, що перегукується з одним із компонентів фразеологічної одиниці: «*Час збирати* **перлини**» (ЛУ, 2006, 15 квітня) – (пор. «*Час збирати* **каміння**»; «*Усі дороги ведуть* **через митницю**» («Експрес», 2004, 26–27 жовтня) – пор. «*Усі дороги ведуть* **до Риму**». Прислів’я увійшло у літературну мову через байку Ж. Лафонтена «Третейський суддя, брат милосердя і пустельник». Значення вислову: кінцева мета одна й та сама, хоча шляхи її досягнення різні [15, 479].

Узуальні фразеологізми, забезпечуючи експресивність, допомагають журналістам уникнути мовних штампів, стандартів, однак при цьому їхні контексти часто-густо не позбавлені автоматизму, звичного нормативно закріпленого використання мовних одиниць. Наприклад: «*Скільки треба, щоб* **протягти ноги?**» («Поступ», 2006, 27 жовтня); «*Першовідкривачі*, які **плетуться в хвості** *цивілізації*» («Експрес», 2006, 12 серпня).

У газетному тексті узуальні фразеологізми використовуються як для категоричних тверджень: «*Олігархи* **чубляться**, *А в енергетиків* **чуби тріщать**» («Поступ», 2006, 22 лютого); «*Україна* **пасе задніх**» («Поступ», 2004, 11–17 листопада), так і для вираження роздумів, афористичних міркувань: «**Хиткий мир краще, ніж війна**» (МУ, 2001, 14 квітня); «**Завтрашній день починається сьогодні**» (ГУ, 2004, 11 листопада); «**Двох правд не буває**» («Поступ», 2004, 4 грудня). Створення актуалізованого контексту пов’язується не стільки з інгерентною експресивністю, що забезпечується узуальними фразеологізмами, скільки з оказіональною, що передбачає оновлення традиційних за формою і змістом фразеологічних одиниць. Подолати не лише мовний стандарт, а й автоматизм допомагають, власне, ті фразеологічні одиниці, що з позицій фразеологічної норми є її порушенням. Це так звані оказіональні фразеологізми, порівняно з якими нормативні узуальні одиниці сприймаються як такі, що не призводять до створення додаткового ефекту і не несуть додаткової інформації. Пор: «*З каналу по нитці – народові трансляція*» (УМ, 2005, 25 січня) – із світу по нитці – голому сорочка; рос.: С мира по нитке – голому рубашка; «*І люди ситі, і коні цілі*» (ГУ, 2001, 2 лютого) – «І вовки ситі, і вівці цілі»; «*Народжений у бронежилеті*» («Експрес», 2004, 12–14 листопада) – народитись у сорочці.

У структурі газетної статті у використанні фразеологізмів спостерігається, з одного боку, тенденція до економії мовних засобів, з другого – максимальне смислове навантаження «Виступаючи як згустки думок і почуттів, фразеологізми-заголовки завоювали мало не монопольне право стисло формувати основну думку твору, інтригувати читача, натякаючи на описування» [41, 25].

Тексти, у яких використовуються фразеологічні одиниці без будь-яких індивідуально-авторських перетворень, активізують мислення читача, проте позбавлені максимальної інформативності і сприйняття узуального фразеологізму викликає певні асоціації, але декодування відбувається після ознайомлення з викладеним матеріалом. Наприклад: у статті під заголовком «*Готувати сани влітку*» (ГУ, 2006, 16 червня) йдеться про своєчасну підготовку до опалювального сезону; матеріали про невиплату заробітної платні на підприємствах України пропонуються під заголовком «*Казав пан кожуха дам, та слово його тепле*» (МУ, 2006, 13 квітня). Як бачимо, при всій прозорості денотатів загальне значення узуальних фразем доповнюється контекстуальним. Часто журналісти вдаються до деталізації традиційного фразеологізму в межах самого заголовка. Спеціально дібране словесне оточення передає задум і настрої автора, а зміст фразеологічної одиниці увиразнюється, конкретизується. Наприклад: «*Уряд: менше слів* – **більше діла**» (УМ, 2005, 25 лютого); «*Таємниця Курська*: **остання крапка?**» (ГУ, 2005, 16 січня); «*Голодомор*: **чути голос крізь мовчання**» (ГУ, 2002, 17 вересня); «*Соціальна експертиза законопроекту*: **сім разів одміряємо**» (ГУ, 2005, 20 квітня).

Актуалізація емотивного значення виходить за межі усталених конструкцій, актуалізатором виступає фразеологічний контекст, що ним зумовлюється семантика фразеологізму і тексту в цілому. Наприклад: «*Українська національна еліта* – **лебідь**, **рак** **і** **щука?**» (УМ, 2001, 29 жовтня), де йдеться про те, що у тригілковій владі України діється таке, як у байці І. Крилова: керівники законодавчої, виконавчої і судової влади ніяк не прийдуть до спільної думки у питаннях зовнішньої політики України. Переосмислення відбувається на основі певної аналогії, яка відбувається між денотатами первинної і вторинної номінації.

Вибираючи той чи інший узуальний фразеологізм для висловлювання, журналісти, як засвідчують наведені приклади, вдаються до найрізноманітніших експериментів. Прагнення інтенсифікувати виразність. Автор у різний спосіб модифікує узуальні фразеологізми, аби читач міг їх декодувати, прочитавши статтю. Наприклад: «*Президент Президенту* **око не виклює**» (ГУ, 2004, 27 листопада), пор.: «**Ворон ворону** **око не виклює**»; «**Яблучникам – яблучникове, електорату – електоратове**» (УМ, 2002, 7 лютого), пор: «**Кесарю – кесареве**, **а Богові – боже**»; «**Хто до нас з м’ячем прийде, той по шайбі і отримає**» («Поступ», 2000, 19 березня), пор.: «**Хто до нас з мечем прийде, від меча загине**». Подібні оказіональні фразеологізми засвідчують нагромадження певних відтінків смислу: порушення фразеологічних норм сприяє не лише інтенсифікації виразності й актуалізації контекстів, а й забезпечує максимальну інформативність, від чого, у свою чергу, залежить те, кому насамперед адресований матеріал і чи буде його прочитано взагалі. Так, скажімо, у статті «**Бідний студент думкою багатіє**» (СГ, 2000, 17 вересня) йдеться про те, що українські студенти вже протягом багатьох років отримують жалюгідні копійки замість реальної допомоги: основна ідея матеріалу, що має заголовок «**Про сільський екотуризм замовте слівце**» («Поступ», 2001, 3 червня), пор.: «**Про бідного гусара замовте слово**», – відпочинок у сільській місцевості може використовуватися з оздоровчою, естетичною та пізнавальною метою; стаття під назвою «**Голос волаючого в метро**» («Експрес», 2005, 17 квітня) порушує проблему підвищення оплати за проїзд в метро. Узуальні фразеологізми «пристосовуються» до контекстів, у різний спосіб змінюється їхній компонентний склад, що певним чином впливає і на семантику.

Субституція, або цілеспрямована заміна одного, кількох чи всіх компонентів фразеологічної одиниці, є, як бачимо, одним із найпоширеніших способів продукування оказіональних фразеологізмів. Заміна традиційного компонента узуального фразеологізму найбільш відчутно модифікує його структуру: «**Понеділок** – **день легкий**» (СГ, 2000, 7 березня), пор.: «**Понеділок** – **день важкий**»; «**Шестеро одного чекають**» (УМ, 2000, 19 червня) пор.: «**Шестеро одного не чекають**».

Не зважаючи на те, іноді узуальна фразеологічна одиниця зазнає максимальної субституції (заміні підлягає більшість компонентів усталеної конструкції) вона легко декодується. Наприклад: «**Не давай у борг – боржником станеш**» (ГУ, 2000, 17 травня), пор.: «**Не пей водицы – козленочком станешь**». Ступінь інтенсифікації виразності оказіональних фразеологізмів, що виникають унаслідок порушення фразеологічних норм через заміну традиційного компонентного складу, значно зростає коли, крім субституції, має місце й подвійна актуалізація. Наприклад: «**Один голова добре, а два – клопіт**» (УМ, 2002, 27 жовтня). Вдаючись до субституції, автор не ставить собі за мету змінити узуальну фразему до невпізнання, оскільки свідомий того, що закладена у фразеологічному контексті інформація має легко впізнаватися. Якщо ж це інформація, цей зв’язок втрачені, заголовок втрачає свою стилістичну і композиційну функцію і художню цінність.

Із виражально-зображальною метою у структурі заголовка практикується як поширення компонентного складу фразеологічної одинці («**Позолотіть** *селу* **ручку**» (УМ, 2004, 12 лютого); «**Досягли лямку** *до фінансової ямки*» (ГУ, 2004, 12 жовтня); «**Хто винен**? – **Невістка** (Україна)» (ДУ, 2006, 38–39 грудня) – про недоброзичливі стосунки Росії з Україною (поширення з постпозиції як авторське осмислення); «**Наші хати,** *як завжди,* **скраю**» (УМ, 2003, 19 червня) – поширення на зразок вставної конструкції як вираження ставлення адресата до події; «**Згадайте незлим і дуже тихим словом**» (ГУ, 2006, 17 лютого); «*Краса* *(а також музика) рятували, рятують і врешті-решт таки врятують світ*» (УМ, 2006, 5 травня), так і до скорочення компонентного складу: «**Чули дзвін…**» (ЛУ, 2004, 19 лютого); «**Сім разів одміряй…**» (ЛУ, 2002, 3 травня); «**Не кажи** «**гоп**»… (МГ, 2004, 5 листопада); «**Говорили**, **балакали…**» («Експрес», 2000, 20 січня); «**Сміється той, хто сміє…**» (ЛУ, 2002, 19 квітня); «**Козенятком станеш…**» (УМ, 2006, 25–28 листопада) – у статті йдеться про надзвичайно низьку якість води. Скорочення окремих компонентів узуальної одиниці зумовлене прагненням до економії мовних засобів і лаконізації мовлення, до усунення надлишкових з точки зору конкретної ситуації компонентів. Наприклад: «**Слово** **не горобець**» (ГУ, 2004, 12 жовтня); «**Бачили очі**» (УМ, 2004, 17 жовтня); «**На тобі, небоже**» (ГУ, 2000, 7 червня); «**Закон** – **що дишло**» («Поступ», 2001, 21 квітня);»**… і себе показали**» («Експрес», 2004, 19 жовтня). У заголовках використану ту частину фразеологізмів, на яких припадає головне семантичне навантаження. Втрата компонентів узуальних фразеологічних одиниць не перешкоджає правильному розумінню їх семантики: оказіональна фразема перебирає на себе значення узуальної. Елінгова ний фразеологізм деавтоматизує сприйняття контексту. Фразеологізми у структурі газетної статті зазнають різних змін з метою зацікавлення читача матеріалом. Так, скажімо перестановка компонентів фраземи створює іронічний, глузливий підтекст: «*Кожній парі – по тварі*» (УМ, 2006, 18 червня). Будучи нетрадиційними за формою і змістом, оказіональні фразеологізми є колоритним засобом створення актуалізованих контекстів, виконують широкі композиційні функції, особливо це стосується їх використання у ролі заголовка, що виступає одним з елементів структури статті [19, 36].

**2.3 Афористичні вислови і ремінісценції як засіб впливу на емоції читача**

«Мові переважної більшості газетних жанрів не властиві ускладнені метафоричні образи, якими послуговується художній стиль, натомість журналісти часто звертаються до вдалого обігрування фразеологізму, використовують прийоми афористичності у заголовках, ремінісценції з відомого класичного твору» [58, 323].

Цитування тих чи інших класичних творів світової літератури на шпальтах сучасної преси дуже поширене явище, причому цитування може бути як безпосереднім, так і опосередкованим. Безпосередньо використана відома літературна цитата, як правило, перш за все підтверджує основну думку журналіста. Літературні ремінісценції часто виносяться до газетного заголовку, конденсуючи зміст цілої статті у цьому висловлюванні: «*Народе мій, до тебе я ще верну…*» (ЛУ, 2002, 16 березня) – стаття про В. Стуса і у заголовку «звучать» слова його поезії; «*І чужому научайтесь, й свого не цурайтесь*» (ГУ, 2004, 12 жовтня) – рядки із поезії Т. Шевченка; «*Борітеся, поборете!*» (ГУ, 2004, 29 жовтня) – рядки з поезії Т. Шевченка; «*Наша дума, наша пісня…*» (ГУ, 2005, 5 лютого) – рядки поезії Т. Шевченка; «*В своїй хаті своя й правда…*» (ЛУ, 2002, 4 січня) – рядки поезії Т. Шевченка. Структуру заголовку, як бачимо, дуже часто становлять рядки із поезій Т. Шевченка та інших відомих письменників, які стали афористичними: «*Любіть Україну…*» (ЛУ, 2004, 23 грудня) – загальновідомі рядки з поезії В. Сосюри; «*Обнімітеся ж, брати мої…*» (ЛУ, 2002, 7 травня) – рядки з поезії Т. Шевченка; «*Дух, що тіло рве до бою…*» (ЛУ, 2002, 7 січня) – рядки з поезії І. Франка, статтю присвячено Романові Гораку, який написав роман «Тричі мені являлася любов» (про І. Франка);»*… Слово береже в основі безсмертя української душі*» (ЛУ, 2002, 26 червня) – рядки із поезії Ліни Костенко.

Літературна ремінісценція може виконувати композиційну або конструктивну функцію. Наприклад, стаття Євгена Сверстюка «Що таке європейський контекст (полеміка з автором, що заблукав біля коріння християнства», починається літературною ремінісценцією: «Я вже висловлював міркування з цього приводу в статті «**Доки травичка підросте, конячка з голоду вмре**». «(ДУ, 22 жовтня, 2003 року), присвяченій проблемам соціального захисту слабозахищених верств населення України і в першу чергу її пенсіонерів, з включенням основної пропозиції про доцільність запровадження гарантованого прожиткового мінімуму з його синхронною індексацією…». (ГУ, 2004, 7 квітня). Стаття журналіста Ігора Недюхи має назву «*Ще раз про* **травичку** *і* **конячку**», тобто заголовок, поданий в цьому контексті, є цитатою з трагедії В. Шекспіра «Король Лір», а сама стаття називається її автором вже цитатою не в повному обсязі, а літературною ремінісценцією.

Введення класичних літературних цитат у публіцистичний контекст часто супроводжується авторським коментарем:»… і насправді правий був Чехов…» та ін. [5, 19].

Часто-густо в ролі заголовка статті функціонують рядки з пісень, назви відомих творів, крилаті вислови: «*Багато галасу з нічого*» («Поступ», 2005, 26–27 лютого) – твір В. Шекспіра; «А *ми тую славу збережемо*» (ЛУ, 2002, 17 березня) – рядки із пісні; «*Нас не здолати!*» («Експрес», 23–24 листопада) – гасло, яке скандували під час Помаранчевої революції; «*Соловейку, рідний брате, виклич мені дівча з хати…*» (НС, 2005, 8 березня) – рядки з народної пісні; «*Ой хто в лісі чує…*» (ЛУ, 8 лютого) – із народної пісні. Так само: «*Тече вода, тече бистра*» (ЛУ, 2002, 30 травня).

На основі відомого афоризму може виникнути «авторський варіант» (А. Григораш), що має підтвердити думку автора газетного матеріалу: «Хоча, проводячи розумну митну політику, держава, що інертно спостерігає крізь пальці, як перекочуються, наче ртуть, з однієї країни в іншу товари і гроші, могла б за цей рахунок підлатати хоч трохи свій бюджет. *Адже* **ніщо так дорого не обходиться** *їй***, як дешева митниця**» (ГУ, 2005, 12 липня). Для того, щоб оцінити всю іронію новоутворення, порівняймо його з оригінальним висловлюванням Мігеля де Сервантеса: «Ніщо не обходиться нам так дешево і не цінується так дорого, як ввічливість».

Ще один популярний засіб індивідуально-авторської інтерпретації літературних цитат – коли вони використовуються в контексті одночасно і як стійкий словесний комплекс (власне цитата), і як вільне сполучення слів: «*Скільки років Булгаков був вічногнаний… Що хотілося б побачити в музеї? Речі, які знали дотик його рук, погляд його очей, документи, які позначилися на його долі,* **рукописи***, які* **не горять***…*» (ЛУ, 2001, 19–28 січня). Загальновідома цитата з роману «Майстер і Маргарита» **рукописи не горять** перетворюється завдяки авторській інтерпретації у вільне сполучення слів, яке називає конкретні, реальні рукописи М.О. Булгакова, що зберігаються в музеї, присвяченому життю та творчості відомого письменника.

Біблійні вислови і образи теж використовуються як компоненти газетного висловлювання: «*І* «*засіяє благодать Божа…*» (ЛУ, 2002, 23 липня); «*А слово в Бога було…*» (ЛУ, 2004, 20 травня); «*Спочатку було Слово*» (ЛУ, 2003, 7 квітня) – так починається Євангеліє від Івана: «Споконвіку було Слово, а Слово в Бога було, і Бог було Слово…» [14, 255]; «*Хто сіє вітер…*» – із книги пророка Осії: «А що вітер вони засівають, то бурю пожнуть» – пересторога тим, хто плекає недобрі наміри [14, 142]; «*Тайна вечеря «Віктора Ющенка*» («Експрес», 2004, 19 жовтня) – про Таємну вечерю розповідається у трьох синоптичних Євангеліях (від Матвія, Марка, Луки) – вислів вживається в переносному, образному значенні, коли йдеться про зібрання або зустрічі людей, серед яких є й однодумці й відступники, зрадники [15, 210–211]. На семантику афористичного вислову, його переносне значення нашаровується на пряме значення (Ющенка під час вечері було отруєно). «*Новий уряд повинен відділити* **кукіль від пшениці**» (НС, 2005, 29 січня); «Відділяти кукіль від пшениці» – вислів із притчі, розказаної Ісусом. В наш час уживається зі значенням – відокремлювати шкідливе від корисного, погане від хорошого [14, 199].

Компонентом багатьох газетних висловлювань є лексеми, що мають міфологічне походження, біблійні імена: «*У кожного своя* **Голгофа** *й своя… вічність»* (ЛУ, 2002, 19 травня). Голгофа – місце, де було розп’ято Христа. В переносному значенні страждання, муки, моральні та фізичні [15, 225–226]. «**Камо грядеші** *Україно?*» (ЛУ, 6 червня). Вислів «Камо грядеші» біблійний. Так запитав Петро Ісуса, якого вже давно немає серед живих. І почув у відповідь: «У Рим, щоб бути знову розіп’ятим». Вислів став крилатим і уживається, коли йдеться про вибір мети, вибір долі. [15, 174]; «*Французько-китайський* **Пігмаліон**» (МГ, 2004, 21 грудня). **Пігмаліон** – легендарний цар Кіпру. Жив одноко, уникаючи жінок. Зробив із слонової кістки статую жінки і закохався в неї [24, 2, 312]; «*У кого в* «*підтанцьовках*» *сумські* **Феміда** *з прокуратурою?*» (ГУ, 2005, 12 квітня); «*Час* **Феміди**» («Поступ», 2004, 1 грудня). **Феміда** – у давньогрецькій міфології богиня правосуддя, дочка Урана й Геї [27, 2, 560]; «*Чи відродиться* **Фенікс** *на пательні громадського телебачення*» (УМ, 2005, 21 січня). **Фенікс** – чарівний птах, який живе 500 (варіанти: 1460, 12954) років. Передбачаючи свою смерть Фенікс спалює себе, із попелу відроджується знову [27, 2, 560]; «*Політ на крилах* **Ікара**» (ЛУ, 2002, 4 серпня) – стаття про репресованого поета Григорія Підоплічка. **Ікар** – син Дедала, який зробив крила і разом з сином втекли з острова. Ікар піднявся занадто високо, сонячний жар розтопив віск, яким були склеєні крила і впав у море [27, 1, 363]; «*Кого ж покличемо на* **Олімп**» (ЛУ, 2004, 18 листопада) – стаття про вибір, який повинні зробити громадяни України (Президентські вибори). **Олімп** – гора в Греції, яка в давнину вважалася священною. За старогрецькими міфами на Олімпі жили боги. У переносному значенні – найвищі сфери суспільства [17, 340]; «**Кошари Авгія перемивати**» (ЛУ, 2000, 3 серпня). Авгійові стайні – Авгій – цар Евкліди, син, який мав кілька тисяч голів худоби, стійла якої не чистилися протягом 30 років. У переносному значенні – безладдя, запущені справи [17, 8].

Таким чином, узуальні та оказіональні фразеологізми, крилаті вислови і цитовані рядки поезій у функції заголовка забезпечують ефективність вислову, як засобу максимального впливу на читача, призводять до максимальної інформативності, оскільки підвищується ступінь образності і виразності як заголовка, так і самої публікації.

**3.** **Синтаксичні засоби інтенсифікації публіцистичного мовлення**

**3.1 Еліптичні синтаксичні конструкції. Парцеляція та інверсія у текстах газет**

Серед мовних засобів експресивності, що використовуються у газетних заголовках та статтях, мовознавці виділяють одиниці двох рівнів – лексико-фразеологічний і синтаксичний. У наступному розділі роботи проаналізуємо перший рівень. Предметом цього дослідження є синтаксичні засоби експресії, які сприяють актуалізації газетного мовлення та його максимальній семантичній сконденсованості. Як підкреслюють дослідники, «для оформлення газетних заголовків використовується не випадковий набір граматичних засобів, а система, в якій усі елементи певним чином пов’язані один з одним та взаємозумовлені [40, 206]. Об'єднуючою основою цих елементів виступає так званий «розкований» синтаксис – характерна ознака усного мовлення; такий синтаксис дозволяє виділити комунікативно значну частину повідомлення, логічно її підкреслити, активізуючи тим самим увагу читача. Саме розмовний синтаксис «дає особливо багатий матеріал для вироблення структур заголовків та підзаголовків – специфічної і малодослідженої галузі газетної мови» [20, 26].

Йдеться, очевидно, не про пряме включення розмовних конструкцій в газетну мову, а швидше – про безпосередній і прямий вплив конструкцій розмовного синтаксису на газетний, про зближення останнього з розмовним. У газеті переважно використовуються певні елементи розмовних конструкцій, які на фоні літературного газетного стандарту сприймаються як «оновлені», «свіжі», оригінальні, а відтак, експресивні, такі, що актуалізують заголовок. Еліптичні конструкції в усному мовленні виступають засобом його динамізації; вони сконденсовано і легко виражають думку, надають мовленню емоційного забарвлення [11, 173]. Відсутність чи й безпосереднє вилучення з цих конструкцій дієслова-присудка дозволяє виділити найважливіше, на чому повинна акцентуватися увага в публікації. Особливо це стосується газетних заголовків, які в першу чергу привертають увагу читача і певною мірою емоційно настроюють його на читання самої статті.

Порівняймо речення у замітках і їх реконструйований вигляд: «*Природі – шкода, «первоцвітникам» – збитки, хворим – радість*» (ГУ, 2005, 16 лютого) – «Природі *нанесли* шкоду, «первоцвітникам» *нанесли* збитки, хворим *подарували* радість»; «*У Києві* **–** *швейцарські годинники*» (КВ, 2000, 9 липня) –» У Києві *відкрили виставку* швейцарських годинників». Інваріант має нечітке актуальне членування через наявність двох іменників у непрямих відмінках (*виставку* швейцарських *годинників*); у першому заголовку – перевантаження конструкції дієсловами, крім того (це для газети, як вже зазначалося, дуже суттєво), займають значно більше місця ніж еліптична конструкція. Еліптичний варіант сприяє актуалізації комунікативно вагомих слів і відповідає вимогам економії мовних засобів.

Еліптичні конструкції найчастіше використовуються у заголовках. Здебільшого у заголовках-еліптичних конструкціях наявні лише залежні компоненти висловлювання, оскільки вони є комунікативно значними: «*Пора*! **–** *суддям*» (ГУ, 2005, 4 лютого); «*Адміністрація* **–** *без**президента*» («Експрес», 2004, 29 листопада); «*З мосту* **–** *у воду*» («Експрес», 2004, 29–21 листопада); «*Настя* **–** *як удасться?…*» (ЛУ, 2002, 4 січня); «*Засусі – по заслузі*» (УМ, 2005, 29 січня); «*Спостерігачами* **–** *на Західну Україну*» (НС, 2004, 19 грудня); «*У відпустку* **–** *за наркотиками*» (УМ, 2000, 28 липня); «*До бюджету* **–** *по-господарськи*» (НС, 2005, 29 березня); «*Ветеранам* **–** *пенсію*» (НС, 2004, 11 вересня); «*Велосипедом**по світу*» (СГ, 2002, 16 червня); «*До Інтернету* **–** *через «Біттернет*» (СГ, 2003, 2 лютого).

Характерно, що в газетах кінця століття рідко як заголовки функціонують еліпсовані прийменниково-іменникові конструкції спонукально-закличного змісту на зразок «За людину», «До нових перемог», «До світлого майбутнього», які були характерні для радянської преси. Можливо, це пояснюється меншим пропагандистським спрямуванням інформаційних матеріалів у сучасній газеті.

Еліптичним конструкціям у мові властива деяка фразеологічність, яка посилюється при використанні їх у функції заголовка. Завдяки цим обставинам еліпсовані одиниці належать до високочастотних у ролі заголовків.

У мові преси спостерігаємо такі синтаксичні засоби інтенсифікації:

**Парцеляція.** Парцеляція – це важливий стилістичний прийом, що полягає у сегментації змісту висловлювання на окремі частини – інтонаційно-змістові одиниці, які йдуть одна за одною після роздільної паузи (на письмі крапка). Тим самим сегментовані уривки увиразнюються, тобто актуалізуються. Джерелом парцеляції є також розмовний синтаксис, однак причини застосування парцеляції в усному мовленні та публіцистиці різні: «у розмові причиною є її спонтанний характер, у писемному мовленні – це спеціальний прийом, який надає синтаксичним конструкціям невимушеності та природності і сприяє цим їх експресивності» [34, 325]. У газеті часто вдаються до парцеляції: «*Автобусне сполучення… Без проблем!*» (КВ, 2002, 7 липня); «*Покладаються на себе і – на нову владу*» (ГУ, 2005, 17 січня); «*Побудував дім, посадив дерево… і багато намалював*» (ЛУ, 2002, 12 травня); «*Акціонер* **–** *це звучить гордо. Аж занадто*» («Експрес», 2006, 1 лютого).

Як засвідчують приклади парцеляції зазнають різні компоненти висловлювання, але здебільшого це поширювачі, які є ремою повідомлення, а з точки зору його змісту вони містять деталізацію, конкретизацію чи роз’яснення – доповнення. І саме це є головним у газетному матеріалі, про що сигналізує заголовок завдяки парцеляції – скомпресовано.

Поширеним журналістським прийомом є парцеляція підрядної частини складнопідрядного речення разом із сполучником, який дозволяє домислити головну частину і встановити зміст підрядної. Найчастіше парцелюються з’ясувальні підрядні частини, мети, умови, часу, що пояснюється, очевидно, семантичною прозорістю їх сполучників. Часто цим засобом послуговуються журналісти для оформлення заголовків.

«*Як Петро Жмут з того світу повернувся*» (ЛГ, 2000, 10 червня); «*Як**Меггі Тетчер на виставці похуліганила*» (СГ, 2001, 3 червня); «*Що знав**принц датський про наш паритет цін*» (ГУ, 2002, 12 вересня); «*Щоб свято не кінчалося*» (МУ, 2004, 22 грудня); «*Якщо святковий з вихідним збігається*» (ГУ, 2000, 1 березня); «*Коли жінки беруться за ніж*» («Експрес», 2003, 22 червня); «*Щоб перемога стала очевидною*» (УМ, 2005, 29 січня); «*Щоб не пустити*«*троянського коня*» (МГ, 2004, 11 листопада) – «троянський кінь» – сучасний комп’ютерний вірус; «*Коли балансують між совістю і гаманцем*» (ЛУ, 2002, 1 червня); «*Якщо скупатися у «срібному молоці*» (ЛУ, 2002, 4 липня) – «Срібне молоко» – твір В. Шевчука; «*Як лупає скелю* «*Каменяр*» (ЛУ, 2004, 2 вересня);

Інколи у газетах зустрічаємо парцельовану головну частину: «*На людство очікує катастрофа, якщо…*» (ЛУ, 2002, 13 січня); «*Люди встануть з колін, коли…*» («Експрес», 2004, 25 листопада – 2 грудня). Парцеляція лежить в основі і специфічно газетної, на думку дослідників, конструкції з називним уявлення, первинну модель якої можна реконструювати лише шляхом перебудови всієї структури, як-от у заголовку «*Україна – Росія: спільність позицій*» (МУ, 2000, 21 червня).

Конструкції з називним уявлення є сегментованими і складаються з двох частин: базової (іменник у формі називного відмінка – це називний уявлення) та парцельованої (сегментована частина речення або речення в цілому).

Базова частина називає міста, країни, міжнародні, політичні організації, чи певну суспільно-виробничу сферу життєдіяльності, парцельована ж деталізує, конкретизує проблему, тему, названі першою частиною. Завдяки такому розчленуванню, яке до того ж оформляється специфічною інтонацією (на письмі здебільшого двокрапка), обидва компоненти висловлення зазнають логічного виділення і увиразнення: «*Майдан: Хроніка подій*» (ГУ, 2004, 29 грудня); «*Вибори 2004: час збирання каміння*» (МУ, 2004, 7 жовтня); «*НДП: десять років у ХНІ ст.*» (МГ, 2000, 28 лютого); «*Інтернет: нові можливості*» (СГ, 2006, 12 червня); «*Флеш-моб: безглузді дії*«*розумного натовпу*» (МГ, 2004, 16 грудня); «*Google: розширення бази*» («Поступ», 2004, 15 грудня); «*Джаз* **–** *вумен: нові тенденції*» (МГ, 2004, 25 листопада); «*No smoking: заборона у всьому світі*» («Поступ», 2004, 17 грудня); «*Гріх Понтія Пілата: наслідування його сучасними побратимами, або Роздуми про причини Помаранчевої революції*» (ГУ, 2005, 25 січня); «*IVECO – Мотор Січ: перспективи розширюються*» («Поступ», 2000, 28 жовтня – 7 грудня).

Приклади показують, що друга частина конструкції уточнює чи розширює назване першою. У комунікативному плані перша частина називає предмет повідомлення (його тема), а друга містить найвагомішу інформацію про нього (рема). За змістом такої конструкції можна розгорнути у складне, навіть ускладненого типу, речення або й у складне синтаксичне ціле. У реченні ж цей зміст подається у максимально сконденсованому вигляді завдяки синтаксичним засобам – використанню називного уявлення та парцеляції комунікативно вагомої частини висловлення.

У пунктуаційному оформленні аналізованих конструкцій важливу роль відіграє розділовий знак. Ним є двокрапка як знак, що ставиться перед структурою уточнюючого чи з’ясувального речення. Тому тире у таких конструкціях не просто пунктуаційна помилка, а й перешкода для адекватного сприйняття тексту, для його актуалізації. Порівняємо: *Корабели* **–** *потопають чи випливають?* («Експрес», 2000, 21 червня) – *Корабели***:** *потопають чи випливають?*; *Звіт уряду* **–** *і не добре*, *і не зле* («Експрес», 2000, 12 грудня) – *Звіт уряду: і не добре, і не зле*; *Хатня тварина* **–** *демон чи**охоронець* (ГУ, 2002, 2 вересня) – *Хатня тварина: демон чи охоронець*. За цим же принципом називного уявлення будуються і конструкції, які в обох частинах – базовій та парцельованій – містять речення. Комунікативно перше речення, що займає позицію називного уявлення, є, як і іменник інваріантні конструкції, предметом повідомлення, а друге – те нове, про що йдеться в публікації: «*Всі ми ксерокси. Вставаймо з колін*!» («Поступ», 2004, 1 грудня); «*Час Феміди. Коли йдеться відповідати за свої вчинки*» (ГУ, 2004, 19 грудня); «*За електроенергію треба платити. А за її відключення?*» (НС, 2004, 12 вересня); «*Татаро-олігархічне іго. Биймо на сполох!*» («Поступ», 2004, 14 грудня); «*Ситуація з українською культурою. Наблизились до критичної точки*» (ЛУ, 2004, 2 вересня); «*Цінам підрізали крила. Чи надовго?*» (ГУ, 2004, 28 жовтня). Як засвідчують наведені вище приклади, в другій частині речення нерідко наявні речення спонукальної модальності, які також активізують увагу читача.

**Інверсія.** Сутність інверсії як стилістичної фігури полягає в «порушенні чи зміні звичайного порядку слів з метою посилення виразності» [16,190].

Чимало газетних висловлювань побудовано на інверсії, але суто газетній. Її специфіка – це динамічний склад (від початку до кінця конструкції) або, навпаки, динамічне наростання (від середини до кінця конструкції). [28, 327].

Актуалізація інверсивними засобами виявляється у винесенні комунікативно вагомої частини на початок чи кінець речення. Наприклад: а) Винесення на початок: «*Демократичні вибори придумали індуси*» (УМ, 2004, 21 грудня); «*Бродить СНІД поміж нами*» (МГ, 2000, 12 липня); «*Синів Бога не критикуйте*» (ЛУ, 2005, 5 січня); «З минулим попрощайся» («Експрес, 2005, 19 січня); «*В кінці тунелю світло*» (ЛУ, 2002, 3 квітня); «*Про рятувальника балада*» («Експрес», 2004, 2–3 листопада); б) винесення на кінець речення (трапляються рідше): «*Концерти дає італієць*» (МУ, 2000, 17 грудня); «*Ярмарок пенсіонерам сподобався*» («Експрес», 2000, 21 вересня).

Як і решта розглянутих вище стилістичних засобів, інверсія належить до прийомів актуального членування висловлювання і забезпечує виконання ним передовсім рекламно-експресивної функції.

**3.2 Скорочені стягнені конструкції як засіб експресії та інформативності. Синтаксичні конструкції зі значенням питальної, спонукальної, окличної модальності**

Засобом експресії в мові газети є скорочені, стягнені конструкції – інтонаційно розчленовані двохелементні речення, що нагадують лозунги із словами «так» і «ні» у функції присудка і підметом-іменником чи з додатком-залежною формою давального відмінка, типу: Нейтронній бомбі – ні! Так – переговорам за роззброєння і мир! Такі конструкції були дуже поширеними в радянській журналістиці. Останнім часом (у зв’язку з бурхливими подіями) такі «лозунгові» вислови знову стали використовуватися досить активно: «*Кучмізму – ні! Так – Помаранчевій революції*» (НС, 2004, 12 грудня); «*Ні – олігархічній владі! Так – демократії і правді!*» (МУ, 2004, 21 грудня).

Дуже багатий потенціал за своїми стилістичними можливостями мають інтоновані синтаксичні одиниці. Присутність автора публіцистичної статті і його авторської позиції й оцінки у мові сучасної української газети виявляється у виборі питальних і окличних речень.

Засобом експресії газетного матеріалу є розчленована подача тексту, що складається із розповідного речення і речення питальної модальності. Питальна частина підтримує тему, що розкривається розповідальною частиною, насичує її оцінним змістом. Базова частина несе, в основному, головне смислове навантаження, а питальна – емоційне: «*Цінам підрізали крила. Чи надовго?*» (ГУ, 2004, 28 жовтня); «*Краса врятує світ. А слово?*» (ЛУ, 2002, 7 жовтня); «*Язык*» *і мова. Взаємозбагачення?*» (ЛУ, 2006, 28 березня); «*Незаконна*«*накрутка*». Що це?» (УМ, 2002, 5 квітня); «*Затишшя…Невже перед бурею?*» (ЛУ, 2004, 1 липня).

У газетних статтях простежується цікавий спосіб нагнітання експресії. Досягається це зосереджуванням кількох питальних речень. Свого часу ще І. Франко у статті «Дещо про нашу пресу» підкреслив значну стилістичну вагомість концентрації інтонаційних речень. У такій фігурі, як свідчать добірки із сучасних газет, переплітається полемічна запальність з риторичним звучанням, – і в цьому сплаві підсилюється експресивність усієї синтаксичної структури. Наприклад: «*П’яте колесо? Але – до чого?*» (ЛУ, 2006, 3 квітня); «*З ким брататися*? *З ким іти?*» (ЛУ, 2002, 3 липня); «*Партія веде? Яка?*» (УМ, 2005, 20 січня); «*Разом нас багато? Скільки?*» (МГ, 2004, 17 грудня).

Поєднання в одній структурі розповідних і низки питальних речень відзначаються яскравою публіцистичністю та ефективно розв’язують основне стилістичне завдання стилю – поєднання інформативності з експресією. Одним із синтаксичних стилістичних засобів у газетній мові є використання у ролі заголовка речення власне питальної інтонаційної модальності. Значення питальності полягає в прагненні автора до встановлення реальності чи нереальності загального змісту. Як правило, зміст статті є відповіддю на питання заголовка? Питальна структура не тільки експресивно навантажена, вона спонукає уявлюваного співбесідника-читача до роздумів і оцінки зображуваних подій. Модальне значення питальності виражається за допомогою питальних слів. Наприклад: «**Навіщо** *нам чужі слова?*» (ЛУ, 2002, 13 січня); «**Хто** *чесніше вкрав?*» («Експрес», 2004, 19 жовтня); «**Хто** *«вигідніший» Москві?*» (ЛУ, 2004, 4 вересня); «**Кому** *вона потрібна, ота культура?*» (ЛУ, 2002, 22 липня); «**Камо** *грядеші Україно?*» (ЛУ, 2006, 6 червня); «**Чи** *відродиться Фенікс на пательні громадського телебачення?*» (УМ, 2005, 21 січня); «**У кого** *в «підтанцювках» сумські Феміда з прокуратурою?*» (ГУ, 2005, 22 лютого); «**Хто** *виграє від подій, які нині відбуваються в Україні – Ющенко, Янукович, чи український народ?*» (МГ, 2006, 25 листопада); «**Чому** *майбутній час не став теперішнім?*» (ЛУ, 2002, 27 лютого); «**Кого ж** *покличемо на Олімп?*» (ЛУ, 2004, 18 листопада); «**А ти** *записався в графомани?*» (ЛУ, 2002, 4 січня); «**Чи є** *в Україні свобода слова?*» (ЛУ, 2002, 14 березня); «**Кому** *потрібен референдум?*» (ЛУ, 2002, 3 вересня); «**Якої** *«випічки» більшість?*» (ЛУ, 2002, 3 квітня); «**Що** *день прийдешній нам готує?*» (ЛУ, 2005, 8 січня); «**Чи** *варта шкурка вичинки?*» («Експрес», 2006, 16–17 листопада).

Нерозривний зв'язок лексичних та синтаксичних засобів експресії у наведених вище прикладах надає заголовкам дискусійної спрямованості. Наявність яскраво вираженого логічного наголосу питальних слів виявляє динамічне наростання актуальної значущості синтаксичної структури. Багато з питальних структур у функції заголовка мають модальне значення риторичних питань, при якому очікувана відповідь – розшифровка змісту статті уже не становить нової інформації для читача. Відповідь вгадується читачем, стоїть за самою оцінною експресивністю конструкції. Наприклад, у заголовку «*Чи є в Україні свобода слова?*» – питання, відповідь на яке читач вже має, адже добре орієнтується в суспільній дійсності. Стаття запрошує його до роздумів, подає додаткові факти тощо. Риторичну модальність проявляється і у заголовку «*Чому майбутній час не став теперішнім?*», в якому питальна структура містить відповідь, а матеріали статті дають фактологічне пояснення того («майбутній час» не став «теперішнім»), що не відбулося.

Як засіб синтаксичної стилістики публіцистичного стилю використовуються структури спонукальної модальності. Основним синтаксичним засобом вираження власне *модальності* спонукальної модальності є наказовий спосіб дієслів-присудків. Наприклад: «*Не критикуйте синів Бога*» (ЛУ, 2005, 5 січня) – рядок із вірша П. Тичини із спонукальним модальним значенням; «*Попрощайся з минулим*» («Експрес», 2005, 19 січня); «*Любіть Україну…*» (ЛУ, 2004, 23 грудня).

Часто-густо у мові газетних публікацій зустрічаємо цитати з поетичних творів або фразеологізми. Поетичній мові і фольклорним творам властиві синтаксичні конструкції зі значенням спонукальної модальності. У журналістській практиці використовуються ці особливості художнього стилю: «*Любіть Україну…*» (ЛУ, 2004, 23 грудня) – слова В. Сосюри; «*Обнімітеся ж, брати мої…*» (ЛУ, 2002, 20 травня) – із поезії Т. Шевченка, поетичній мові якого властиві речення спонукальної модальності: «*Борітеся – поборете!*» (ГУ, 2004, 29 жовтня); «*І чужому научайтесь, й свого не цурайтесь*» (ГУ, 2004, 12 жовтня); «*Свого не цурайтесь!*» (ЛУ, 2005, 15 листопада); «*Не кажи «гоп*»*!*» (МГ, 2006, 5 листопада).

Функцію вираження спонукальної модальності виконують також конструкції закликів, які газетній мові надають відтінок співучості автора і читача. Наприклад: «*Биймо на сполох!*» (ЛУ, 2005, 10 січня); «*Станьмо перед світом єдиним народом!*» (ЛУ, 2004, 17 грудня); «*Вдаримо по мові хартією!*» (ЛУ, 2002, 4 квітня).

Заклики можуть нести додаткове смислове навантаження – пропозицію: «*Поміркуймо разом*» – заголовок; – підзаголовок: «*Про трагедію Бабиного Яру*» (ЛУ, 2002, 4 травня); «*Заархівуймо все…*» (МГ, 2004, 28 грудня).

Більшість наведених вище прикладів свідчить про інтонаційну особливість – речень із спонукальною модальністю: спонукальна інтонація підкреслюється тим, що вони являють собою синтаксичні одиниці, відомі під назвою окличних речень. Заклик, спонукання до дії – все це знаходить виразну і експресивну форму в інтонуваннях окличного типу. Окличні речення такого типу досить органічно зростаються з текстом, певним чином емоційно спрямованим.

Звичайні розповідні, констатаційні висловлювання набувають у газетному мовленні особливого емоційного підсилення, виступаючи з окличною інтонацією. Окличні речення передають емоції – реакцію на навколишню дійсність, різні види експресії. Наприклад: «*Ми це зробили!*» («Експрес», 2004, 29 грудня) – висловлюється захоплення від перемоги Помаранчевої революції; Так само: «*Нас багато, і нас не подолати!*» (НС, 2005, 8 березня) – революційний лозунг; «*Нас не здолати!*» («Експрес», 23–24 листопада); «*Я**душею і серцем за помаранчевих!*» («Експрес», 2004, 29 листопада) – вислів із інтерв’ю з Віталієм Кличком.

Емоційним центром висловлювання може бути звертання, яке, як компонентний елемент синтаксичної структури, визначає ставлення до адресата, надаючи всі конструкції розмовного характеру: «*О Націє***, Дужа і вічна, як Бог!**» (ЛУ, 2004, 16 грудня); «*Народне мій***, до тебе я ще верну!**» (ЛУ, 2002, 3 квітня).

Звертання у наведених вище прикладах вносить елемент піднесеності, урочистості. Звертання несуть стилістичне навантаження і у висловах іронічного характеру. Наприклад: «**Гуляй**, *душа*, **свята почалися!**» («Експрес», 2005, 17–19 січня) – у статті йдеться про двох п’яних жінок, які впали у колодязь.

Таким чином, розглянуті синтаксичні засоби підвищення виразності газетного мовлення, свідчить про багатство граматичних процесів у сучасній публіцистичній мові. Основними особливостями цих засобів є насамперед емоційна насиченість експресія, лаконічність і наближеність до розмовних конструкцій.

Висновки

Аналіз зібраного матеріалу (в основному сучасних українських газет останніх 7 років) засвідчує активне використання різноманітних засобів впливу на читача. Ефективний вплив на читача газет передбачає обов’язкову апеляцію до його емоцій, його зацікавлення інформацією, що подається в публікаціях.

Завдання, які ставить перед собою журналіст, він реалізує, використовуючи різноманітні лексичні та синтаксичні засоби української мови. Дослідження мови сучасної української преси дозволяє виділити наступні засоби української мови. Дослідження мови сучасної української преси дозволяє виділити наступні засоби інтенсифікації.

Серед яскравих і помітних явищ виділяємо семантико-стилістичне явище гри слів, яке як засіб інтенсивності та образності вислову часто-густо використовується у заголовках та текстах статей. Гра слів-випадки формально-смислового обігравання компонентів слова на рівні.

**–** фонетики («*Засусі-по заслузі*»; «*Чи скінчаться британські му-у-ки?*»;

**–** морфеміки (переосмислення безформальних видозмін): «**Влада** і **власність** – *одного кореня*»; «*Тон задає* **Мороз**»;

**–** словотворення (утворення нових структурних одиниць): «**Сирцевий** *напад*» (імпортування цукру-сирцю), пор.: «серцевий напад»; «*Чи стане уряд Валерія Пустовойтенка українським* **кризоламом**» (криголам → криза → кризолам);

**–** графіки (графічне виділення з метою семантичного навантаження і смислового наголошення частини лексеми): «*Посадив Президент* **РІПку**»; «*То хто ж* *при***СТУС***овується?*»; «*Волинь* **РУХ***нула* *в пікети*»; «*Отакий* **КРИМ***інал*»; «**€***вробачення*» та ін.

У мові сучасної української періодики мовознавці відзначають інтенсивне формування і активне функціонування значного корпусу абревіатур. Науковці пояснюють це явище рядом інтралінгвальних (перебудова в колишньому СРСР, здобуття Україною незалежності, пожвавлення зв’язків з світовою спільнотою і, як наслідок, поява значного корпусу новотворів) та екстралінгвальних (закон економії повної енергії, мовних засобів) чинників. Використання значної кількості абревіатур у мові преси має й суто прагматичне пояснення – ощадне використання газетної площі.

У структурі газетних текстів виділяємо такі групи абревіатур:

**а)** **часткові або частково скорочені** (скорочення не всіх компонентів синтаксичної структури, базового словосполучення): «**Телезвернення** *до нації Едуардо Фрея*»; «**Наркобарон** і **наркодолари**»; «**Телехалтура**»;

**б)** **ініціальні або акроніми** (літерні, звукові, літерно-звукові, комбіновані новотвори): «**Есдеки (о)** *втрачають людей*», «**ПФ** *повинен поповнитися*».

Використання абревіатур в шпальтах українських газет має свої негативні сторони: зростає кількість анонімічних утворень, значну кількість абревіатур важко дешифрувати читачеві, деколи абревіатурами журналісти зловживають (наприклад, «ОЕ» – у заголовку газети, «Океан Ельзи»).

У пострадянський час у мові ЗМІ, пресі і газетних заголовках, зокрема, широкого поширення набуло таке явище, як використання сленгової і жаргонної лексики, що стало причиною багатьох критичних виступів мовознавців (О. Тараненко, Л. Ставицька, О. Сербенська та ін.). Аналіз відібраних із періодичної преси текстів (особливо молодіжних видань) свідчить про активне використання молодіжного сленгу, професійного та кримінального жаргону: «**Братва** *з Криму вже виїхала*»; «**Крутий** *ректор* – **крутий** *ВУЗ*»; «**Бакси**» *змінити колір*»; «*Представницька* «**тусовка**» *ректорів пройшла в Дніпропетровську*»; «*Коли панує* «**бєспрєдєл**» та багато інших. О. Тараненко у критичній статті пов’язує поширення кримінального жаргону із криміналізацією суспільства і розцінює його як негативне явище. Інші мовознавці (Я. Ставицька, А. Григораш) визнають доцільність використання жаргону і сленгу тільки як стилістичний засіб (напр.: іронії, комізму, негативної оцінки).

Демократизація та лібералізація стилістичних засад як поширене нині явище в літературній мові призвело до активного використання у мові засобів масової інформації просторічної лексики, вульгаризмів та суржику. Функціонування субстандартної лексики як компонента газетного тексту є досить поширеним явище, про що свідчать наведені у роботі приклади («*Бо мізки наші биті молотом* / *Бо* **яйця** *січені серпом*»; «*Як зробити з* **лайна** *цукерку*»; «*Настав кінець ресторанові*», «**Дупа** *в пиві*»; «*Ахрєніцєльниє*» асоціації під час останнього *концерту* «*ВВ*».

Фразеологічні одиниці є оптимальним засобом впливу на читача, який активізує його мислення і увагу. Виражання особливості фразеологізмів спирається на високий ступінь узагальненості значення та експресивно-емоційні наповненості. Використання фразеологічних одиниць дає можливість розв’язати одне із головних завдань публіцистики – поєднати максимальний рівень інформативності з емоційною наповненістю, експресивністю вислову. Узуальні фразеологізми, на відміну від оказіональних, не призводять до створення додаткового ефекту переосмислення семантики. Значення узуального фразеологізму переноситься на текст статті, створюючи потрібні асоціації: «*Що дякові можна, то попові зась*»; «*Крим* «**коней** *на переправі не міняє*»; «*Цей про образи, а той про гарбузи*». У роботі проаналізовано асоціативний зв’язок заголовків – узуальних фразеологізмів із змістом статей.

Оказіональні фразеологізми оновлюють традиційні за змістом і формою вислови і є, по суті, індивідуально-авторськими «забавами» із фразеологічним матеріалом: «*З каналу по нитці – народові трансляція*»; «*І люди ситі і коні цілі*»; «*Бідний студент думкою багатіє*». Субституція або цілеспрямована заміна одного, кількох чи всіх компонентів фразеологічної одиниці є одним із найпоширеніших способів продукування оказіональних фразеологізмів, про що засвідчують численні вибірки з сучасної української преси.

Мовна практика журналістів показує, що досить поширеним засобом інтенсифікації газетних текстів є використання афористичних висловів, поетичних ремінісценцій, цитат відомих людей. Особливо популярними є рядки із поезій Т. Шевченка, І. Франка, Л. Костенко, оскільки вони загальновідомі і мають максимальний емоційний вплив на читача.

Динаміка соціальних процесів об’єктивно зумовлює і в подальшому розширення і удосконалення функцій української преси, урізноманітнення її виражально-зображальних можливостей. Українська газета ще повинна вчитися говорити вільно, відверто, публічно… і естетично.

У сучасних українських газетах спостерігаємо свої синтаксичні структурні особливості:

**–** широке використання *еліптичних конструкцій*, як засобу динамізації і сконденсованості вислову. Функціонування еліптичних конструкцій має свої структурні особливості: а) вилучення дієслова-присудка, що дозволяє виділити найважливіше, на чому акцентується увага публікації («*Природі-шкода*, *первоцвітникам-збитки*, *хворим-радість*»; «*У Києві-швейцарські годинники*»; «*Пора*! – *суддям*» та ін.); б) використання фразеологічних еліпсованих конструкцій. Еліпсовані одиниці належать до високочастотних синтаксичних конструкцій у ролі заголовків.

**–** використання парцеляції частин речень, як стилістичного прийому актуалізації: а) парцеляція підрядної частини складнопідрядного речення разом із сполучником («*Як Петро Жмуд з того світу повернувся*»; «*Щоб свято не кінчалось*»; «*Щоб не пустити «троянського коня*»; «*Коли балансують між совістю і гаманцем*» та ін.); б) парцеляція головної частини складнопідрядного речення разом із сполучником («*На людство очікує катастрофа, якщо…*»; «*Люди встануть з колін, коли…*»); в) парцеляція конструкцій з називним уявлення («*Майдан: хроніки подій*»; «*Флеш-моб: безглузді дії* «*розумного натовпу*»; «*Google: розширення бази*»; «*Вибори 2004: час збирати каміння*» та ін.).

**–** використання інверсії як стилістичної фігури у структурі газетного тексту (зміна звичайного порядку слів) і винесення комунікативно вагомої частини на: а) початок речення («**Синів Бога** *не критикуйте*»; «**В кінці** *тунелю світло*»); б) кінець речення («*Концерт дає* **італієць**»; «*Ярмарок пенсіонерам* **сподобався**).

Як засіб експресії і увиразнення тексту авторами публікацій використовуються скорочені, стягнені конструкції. Особливого поширення в сучасних газетах (2004–2005 р.) набули інтонаційно розчленовані двохелементні речення із словами «Так», «Ні» («лозунгового характеру»: «*Кучмізму – ні! Так-Помаранчевій революції*»; «*Ні-олігархічній владі! Так-демократії і правді!*» та ін.). Характерним явищем у мові сучасних українських газет є функціонування у ролі заголовків питальних і окличних синтаксичних конструкцій: «*Партія веде? Яка?*», «*Запитання? Невже перед бурею?*», «*Якої «випічки» більшість?*»; «*Чому майбутній час не став теперішнім?*»; «*Ми це зробили!*», «*Биймо на сполох!*», «*Я душею і серцем за помаранчевих!*».

**Список використаної літератури**

1. Васильев А.Д. «Крутой» // Русская речь. – 1993. – №6. – С. 44–47.
2. Вареник С.В. «У пошуках комічних асоціацій // Культура слова. Республіканський міжвідомчий збірник. – 1984. – В.26. – С. 66–69.
3. Взаємодія художнього і публіцистичного стилів української мови. – К.: Наук. думка, 1990.
4. Гальперин И. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981.
5. Григораш А. Літературні цитати і ремінісценції на газетних шпальтах 90-х років // Урок української. – 2001. – №2. – С. 18–21.
6. Григораш А. Політична метафора на шпальтах сучасної української преси України // Рідний край. Науково-публіцистичний художньо-літературний альманах. – 2003. – №2 (9). – С. 78–83.
7. Грицюк Л.Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка // Мовознавство. – 1989. – №5. – С. 55–58.
8. Грицюк Л.Ф. Образно-семантичний підхід до класифікації заголовків // Мовознавство. – 1992. – №2. – С. 51–56.
9. Доблаев Л.П. Логико-психологический анализ текста. – Саратов, 1969.
10. Дресслер В. «Синтаксис текста // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1987 – В. 8. – С. 111–137.
11. Дудик П.С. Синтаксис сучасного українського розмовного літературного мовлення. – К.: Наук. думка, 1973.
12. Єрмоленко С. Мова преси // Українська мова. Енциклопедія. – К.: В-во «Укр. енциклопедія», 2000. – С. 323.
13. Жовтобрюх М. Мова української періодичної преси (кінець ХІХ – початок ХХ ст.). – К.: «Наук. думка», 1970.
14. Иванчикова Е. О развитии синтаксиса русского языка в советскую эпоху // Развитие синтаксиса русского языка. – М.: Наука, 1966. – С. 18–24.
15. Коваль А.П. Спочатку було Слово. Крилаті вислови біблійного походження в українській мові. – К.: Либідь, 2001.
16. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. – К.: Вища школа, 1987.
17. Коваль А.П., Коптілов В.В. 1000 крилатих виразів української літературної мови. – К.: Наук. думка, 1964.
18. Ковальчук М. Фразеологізм – заголовок у газеті // На ниві української філології: Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ, 2003. – С. 144–147.
19. Колоїз Ж. Порушення фразеологічних норм як один із способів інтенсифікації виразності у мові ЗМІ // Мандрівець. – 2004. – №2. – С. 34–39.
20. Костомаров В. Русский язык на газетно йполосе. – М.: Наука, 1971.
21. Костомаров В. «Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – М., 1994.
22. Кудрявцева Л.О., Дяченко Л.П., Дорофеєва О.М., Філатенко І.О., Черненко Г.А. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу // Мовознавство. – 2005. – №1. – С. 58–66.
23. Кухаренко В.А. Интерпретация текста. – М.: Просвещение, 1979.
24. Левицкий А.Э. Функцыональные подходы к классификации единиц современного английского языка. – К.: Высш. школа, 1998.
25. Мартос С. Молодіжний сленг у публіцистиці // Південний архів. Зб. наук. праць Херсонського державного педагогічного університету. – В.ІV. – Херсон, 2002. – С. 102–105.
26. Мацько О.М. Абревіатури як згорнені мовні формули в дипломатичних текстах // Мовознавство. – 2000. – №1. – С. 31–36.
27. Мифы народов мира. Энциклопедия: В 2-х т. – М.: Сов. Энциклопедия, 1987.
28. Мова і час. Розвиток функціональних стилів сучасної української літературної мови. – К.: Наук. думка, 1977.
29. Мороховская Э.Я. Лингвистический статус и функционально-семантические особенности экстенсиональных операторов текста // Текст как важнейшая единица коммуникации (в диахронии и синхронии). – К.: Высш. школа, 1984. – С. 40–48.
30. Мороховский А.Н. Некоторые основные понятия стилистики и лингвистики текста // Лингвистика текста и методика преподавания иностранных языков. – К.: Высш. школа, 1981.
31. Нагіна В. Про деякі особливості сучасного публіцистичного дискурсу  // Південний архів. Зб. наук. праць Херсонського державного педагогічного університету. Філологічні науки. – В.ХV. – Херсон, 2002. – С. 118–121.
32. Нежинська Т. Ступені та межі трансформацій прецедентних висловлювань у сучасному газетному дискурсі // Українська мова. – 2006. – №3. – С. 96–103.
33. Нікітіна Н. І жаргонізм, і термін, і метафора… (про лексику публічного мовлення українських політиків) // Урок української. – 2006. – №11–12. – С. 19–22.
34. Пархонюк Л. Синтаксичні засоби актуалізації у газетних заголовках (українська газета 1997–1998 рр.) – // Українська філологія: школи, постаті, проблеми. – Львів: Світ, 1993. – С. 323–328.
35. Пономарів О. Стилістика сучасної української мови. – К.: Либідь, 1992.
36. Попов А.С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. – М.: Наука, 1966.
37. Прадід Ю.Ф. Контаміновані фразеологізми на сторінках газет // Культура слова. Республіканський міжвідомчий збірник. – К.: Наук. думка, 1992. – В.42. – С. 66–68.
38. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні. – К.: Основа, 1992.
39. Рильський М. Ясна зброя: Статті. – К.: Рад. письменник, 1987.
40. Сафонов А. Стилистика газетных заголовков // Стилистика газетных жанров. – М.: Наука, 1981.
41. Сербенська О. Мова газети в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства // Мовознавство. – 1988. – №4. – С. 21–26.
42. Сердюк М.Г. Абревиатуры и графические сокращения в украинском языке: Автореф. дис… канд. филол. наук. – Харьков, 1971.
43. Скиба М.М. Розмовні метафори в газетному тексті // Культура слова. Республіканський міжвідомчий збірник. – 1984. – В.26. – С. 70–73.
44. Стишов О.А. Нові абревіатури в мові мас-медіа кінця ХХ століття // Мовознавство. – 2001. – №1. – С. 33–40.
45. Ставицька Л. Короткий словник жарґонної лексики української мови. – К.: Критика, 2003.
46. Ставицька Л. Кровозмісне дитя двомовності // Критика. – 2001. – Ч. 10. – С. 23–24.
47. Ставицька Л. Українська мова без прикрас // Ставицька Л. Короткий словник жарґонної лексики української мови. – К.: Критика, 2003. – С. 9–19.
48. Ставицька Л. Проблеми вивчення жаргонної лексики: соціологічний аспект // Українська мова. – 2001. – №1. – С. 52–58.
49. Сучасна українська літературна мова /За ред. А.П. Грищенка. – К.: Вища школа, 1997.
50. Сучасна українська літературна мова /За ред. М.Я. Плющ. – К.: Вища школа, 2001.
51. Тараненко О.О. Колоквіалізація, субстандартизація та вульгаризація як характерні явища стилістики сучасної української мови // Мовознавство. – 2003. – №1. – С. 23–41.
52. Тараненко О.О. Сучасні тенденції до перегляду нормативних засад української літературної мови і явище пуризму // Мовознавство. – 2005. – №3–4. – С. 85–104.