

**ЛЕКСИЧНЕ РОЗМАЇТТЯ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТІВ:
ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ АВТОРСЬКОЇ ДУМКИ ЧИ ДАНИНА МОДИ**

І. М. Серебрянська, канд. філол. наук, доцент;
М. О. Дубініна, студентка,
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна.
E-mail: serebryanska@ukr.net

Стаття присвячена проблемі використання різних груп лексики на шпальтах українських друкованих видань у системі впливу на світорозуміння адресатів, їх мовну та суспільну свідомість.

Ключові слова: мова преси, росіянізми, кальки, варваризми, антоніми, синоніми, фразеологізми.

Роль засобів масової інформації в сучасному світі надзвичайно велика, адже вони висловлюють суспільну думку, допомагають у формуванні певного типу соціальної людини, здатні впливати на світорозуміння адресатів. За словами С. Єрмоленко, періодичні видання, пропагуючи політичні, наукові та інші думки в Україні, виховуючи естетичні смаки через публікацію художніх творів, утверджують поліфункціональність української літературної мови, сприяють формуванню мовно-культурного середовища. «Мова преси відбиває тенденції розвитку загальнолітературних норм української мови» [1, с. 18].

Одним з перших, хто піддав науковому аналізу мову періодики, був М. Гладкий. Його праця «Наша газетна мова» мала значний вплив на дотримання журналістами норм української літературної мови. Грунтовні дослідження газетної мови пов'язують з іменем М. Жовтобрюха («Мова української преси (до середини 90-х років XIX ст.)», 1963; «Мова української періодичної преси (кінець XIX – початок XX ст.)», 1970). Значний внесок у дослідження особливостей мови періодичної преси зробили О. Сербенська та О. Пономарів («Мова сучасної масово-політичної інформації», «Особливості мови і стилю засобів масової інформації»).

Проблема функціонування різнорівневих мовних одиниць у мові друкованих ЗМІ продовжує привертати увагу багатьох дослідників (А. Григораш, Ж. Колоїз, Л. Пархонюк, Л. Ставицька та ін.), адже «мовні ресурси містять широкий спектр виразних, дієвих, емоційних методів, способів, засобів впливу на сучасного читача [2].

Актуальність дослідження визначається зростанням впливу сучасної преси на формування як мовних норм, так і ціннісних орієнтацій у суспільстві.

Мета дослідження полягає у визначенні лексичних особливостей газетних текстів всеукраїнського періодичного видання «Газета по-українськи» та регіонального видання «Сумщина».

Однією з визначальних рис мови сучасної преси є експресія. Саме прагненням до експресії, до увиразнення матеріалу зумовлене використання автором різноманітної, іноді не зовсім зрозумілої читачеві або ж занадто «барвистої» лексики. Проте, як зазначав М. Кольцов, «... у нас зараз надто захоплюються лжебарвистістю. Є кілька талановитих людей, але вони жирно готують свої «блюда», що їх гидко взяти до рота. Починають безкінечно нагромаджувати всілякі епітети, починається складний передзвін епітетних дзвоників, в нарисове блюдо покладені купи метафоричного жиру. Розрахунок був щедро нагодувати читача, а він, ковтнувши одну-дві ложки, тобто абзаци, відкладає «блюдо»» [3, с. 32–33].

Б. Вуайен, аналізуючи газетний стиль, підкреслює його активну взаємодію з іншими функціональними стилями, унаслідок чого спостерігається «змішування

розмовної мови, щоб бути зрозумілим, наукового стилю, щоб бути точним, художнього, щоб справити враження» [4, с. 10].

Аналіз текстів української преси показав, що на сторінках «Газети по-українськи» густо рясніють «неукраїнські» росіянізми та варваризми, подекуди безпідставно ігноруються лексичні норми. У той же час на сторінках газети «Сумщина» журналісти, як правило, намагаються дотримуватися лексичних норм, хоча й тут трапляються огріхи.

Розглядаючи лексичний рівень мови друкованих ЗМІ, подекуди навіть важко визначити, до якої категорії віднести те чи інше «експресивне» авторське слово: до росіянізмів, кальок, чи до діалектизмів. І, відповідно, проблематично мотивувати його вживання. Ще більш ускладнюється завдання, коли ціла низка таких «сучасних», наближених до розмовної мови слів з'являється в одному контексті: **Всьо! Нормально!**; *Учителька зі співів сказала, що мені не можна води з газом, сємошки й морозиво; Наоборот, хочу біля вікна сісти, подивитися як там всьо; Віддихну на морі в Італії, може навчуся плавати, а ше дуже хочу потримати в руках крабів* («Газета по-українськи»). Напевно, застосовуючи виділені слова, автор має на меті передати певний колорит (сільський, національний і т.ін.), створити відповідну атмосферу простоти, невимушеності, наближаючи мову реципієнта (як правило, подібна лексика трапляється в інтерв'ю) до мови оригіналу. Проте чи буде корисною для читача така данина моді, яка нівелює літературні норми? Калькуючи слова з російської мови, створюючи ефект просторіччя, журналіст разом з тим створює й міцне підґрунтя для поширення суржику. А одне із завдань журналіста – боротися з мовними покручами, подаючи власний приклад зразкового мовлення.

Будь-які росіянізми, вжиті без спеціальної стилістичної настанови, є вкрай небажаним явищем у мові мас-медіа, оскільки вони не просто тиражують помилки, а й руйнують саму структуру української мови [5, с. 67]. На жаль, такі випадки зафіксовані в обох аналізованих виданнях. За частотою повторюваності масовий читач починає сприймати ненормативні слова як певну «норму», як зразок для наслідування: *Тато в армії добре в шахмати грав, то зараз мене вчить* (замість нормативного *шахи*); *Любимі вчительки Галина Василівна з математики і Ганна Михайлівна – із зарубіжної* (замість *улюблені*); *До них приїжджав тодішній губернатор Віктор Матчук і поспорив на ящик шампанського, що зведе їм нову школу* (варто було б сказати, наприклад, *побився об заклад*). При цьому в одних випадках помилки з'являються через незнання лексичних норм, в інших – ніби навмисно, для передачі особливостей мовлення тих, про кого йдеться в матеріалі.

Лексичні запозичення – у цілому явище нормальне, а в певні історичні періоди – навіть неминуче. Проте серед іншомовних слів, які трапляються в текстах українських газетних видань, розрізняємо ті, що позначають нові предмети та явища, які з'являються в нашому житті і т.і., що дублюють українські слова і таким чином зумовлюють мовленнєву надмірність. У наш час і в усному мовленні, і на сторінках української преси спостерігається тенденція до застосування варваризмів: *Деякі дістають айпеди, читають новини в Інтернеті; Добре забирають марки «Чікко», «Бенеттон», «Рейма», «Екко», «Кларкс», «Бартек»; Кока-колу і чіпси пробував – воно недобре* («Газета по-українськи»). У наведених прикладах варваризми використані правомірно, оскільки вони є єдиним можливим варіантом назв різних предметів іншомовного походження: сучасних страв, напоїв, технічних засобів, торгових марок, – українських відповідників для яких немає.

Проте деякі журналісти, наслідуючи модну тенденцію, навмисно замінюють відомі українські слова новими іншомовними: *...Якщо річ гарна, але без лейби – не беруть*. У цьому реченні замість англійського слова *лейба* (label – «етикетка») можна використати більш відоме й зрозуміле і молоді, і старшому поколінню слово *етикетка*.

Особливо ускладнюється сприйняття інформації, коли в одному контексті спостерігається нагромадження двох і більше іншомовних слів, наприклад: *Але її треба добре діагностувати, щоб соціум чітко усвідомлював: вона є*. Слово

діагностувати в контексті не є терміном певної галузі, воно означає «визначити (проблему)», а слово *соціум* використовується у значенні «суспільство». Отже, їх легко можна замінити загальноновживаними відповідниками.

Досягти експресії в газетних текстах часто вдається шляхом подачі інформації через контраст, що в мові реалізується за допомогою антонімії. Часом протиставляються слова й цілі словосполучення, які поза контекстом не сприймаються як антонімічні. Наприклад, у «Газеті по-українськи» знаходимо незвичне протиставлення: *правила дорожнього руху – штрафи, теорія – практика (Правила дорожнього руху – теорія, штрафи – практика)*. Потрапляючи в певне лексичне оточення, слово *кар'єра* протиставляється словосполученню *домашній спокій: Рідні висловлюватимуть претензії: доведеться вибирати між кар'єрою і домашнім спокоєм* («Сумщина»). Таким чином журналіст наголошує на важливості для кожної людини обрання життєвого шляху: кар'єра, яка уособлює в собі відсутність часу на родину, чи домашній спокій, що підходить для людей сімейних.

Проте не завжди вдало журналісти оперують словесними контрастами. Наприклад, у наступному реченні, розрізняючи дві категорії людей за ознакою «ті, хто має поступатися місцем у транспорті, і ті, кому слід поступатися місцем», автор мимохіть протиставляє «абсолютно здорових людей» і вагітних, людей похилого віку та мам з маленькими дітьми: *Не раз доводилося бути свідком невихованості пасажирів: абсолютно здорові люди часто не вважають за потрібне поступатися місцем вагітним, людям похилого віку чи мамам з маленькими дітьми*. У таких випадках варто бути обережним, щоб не образити об'єкти протиставлення-потенційних читачів.

Ще одна лексична категорія, часто вживана в газетних текстах, – це синоніми. Синонімія є не лише засобом увиразнення журналістського мовлення, вона дає можливість уникнути тавтології, надати додаткової інформації читачеві. Так, на шпальтах «Газети по-українськи» знаходимо цілу низку варіативних назв на позначення одного й того ж борошняного виробу в різних регіонах країни в різні часи: *«Закохуюсь у тебе щодня» - така несподівана назва одного з найулюбленіших тортів, варіації якого ми називаємо «П'янкою вишнею», «Темним лісом», «Шварцвальдським», «Зимовою вишнею», «Ахіллесовою п'ятою»*. Виділені номінації є абсолютними синонімами, які в тексті мають додаткове смислове навантаження, виконуючи інформативну функцію.

Прикладом невдалого використання синонімії є наступне речення: *...Маємо качки, свині, пацета* («Газета по-українськи»). В один ряд потрапляють дві назви на позначення однієї й тієї ж тварини – свиней, адже діалектне слово *пацета* означає не що інше, як «свині». Бездумне відтворення мови співбесідника, дублювання різними словами одного й того ж самого поняття призводить до мовленнєвої надмірності.

Неоднозначною є проблема функціонування жаргонної лексики в мові ЗМІ. З одного боку, жаргонізми акцентують увагу читача на особливостях певних подій чи осіб, вражають образністю й нештампованістю, виконуючи оцінну та експресивну функції. З іншого боку, вони руйнують лексичні норми, збіднюють мову, чим можуть відштовхнути потенційну аудиторію від того чи іншого видання, наприклад: *Що за фігня?* («Газета по-українськи»); *Менти були майже непомітними* («Сумщина»).

Ще одне явище, поширене в публіцистичному дискурсі, – аббревіатури. Вони є засобом уникнення надлишкової інформації, економії мовної енергії, упорядкованості та регламентації. Загальноприйняті аббревіатури дають можливість заощадити місце, спростити сприйняття тексту: *Екс-голова Тернопільської облдержадміністрації торік в окрузі №167 на Тернопільщині програв вибори Іванові Стойку з ВО «Батьківщина»* («Газета по-українськи»); *ДАІ змінила правила сплати штрафів через банк* («Сумщина»). Проте журналісти, працюючи з аббревіатурами, не завжди дбають, щоб вони були зрозумілими широкому загалу. Так, у «Газеті по-українськи» знаходимо аббревіатуру *ЦНАП*, значення якої не вдається з'ясувати з контексту, що ускладнює сприйняття інформації: *Тут вже встановлений інформаційний термінал, а на муніципальній інтернет-сторінці про діяльність ЦНАП відкритий окремих розділ*.

Серед різних шарів лексики, яку традиційно застосовують журналісти в газетних текстах зі стилістичною, функціонально-виражальною метою, представлена і застаріла лексика: *Дань завжди платили холопи, а не бояри; Раніше вчився на токаря в Тернополі, йому там руку і стяло.*

Ефективним засобом увиразнення газетних текстів є тропи. Потрапивши в нове семантичне поле, вони збагачують його новим емоційним та смисловим відтінком. Наприклад, замість епітета *голі обіцянки* у реченні: *Голі обіцянки тут не пройдуть* - можна було б сказати *самі обіцянки, бездіяльність*, але в такому разі втрачався б емоційно забарвлений елемент висловлювання.

Кращій реалізації оригінальної авторської думки сприяє застосування в газетних текстах порівнянь. Вони надають мові певного оцінного характеру, образності, підвищують її емоційність: *На лівій щоці сіра родима пляма завбільшки як горіх; Запах прісний і якийсь не рослинний, але дуже живий, щось таке, немов риба, вийнята з води; Він весь час сіпався, наче його кусали блохи.*

Застосування в журналістських текстах обох аналізованих газетних видань фразеологізмів дозволяє заощадити місце, спрощує складні синтаксичні конструкції і таким чином полегшує сприйняття інформації: *Заздрість до добра не доведе; Мільйонери зараз відвідують громадян, що називається, від хати до хати, вручають візитівки.* У наступному прикладі: *Ми побачимо ще одну темну конячку, яка пересиджує час у Кабміні,* - використовуючи фразеологізм, автор, з одного боку, емоційно забарвлює текст, з іншого ж – висловлює власне ставлення до факту.

Функціонування на шпальтах газет українських фразеологізмів (у т. ч. прислів'їв, приказок, крилатих висловів), безсумнівно, є позитивним явищем, що свідчить про високий духовний розвиток і збереження культурної пам'яті суспільства. Інколи в тексти друкованих видань потрапляють іншомовні крилаті вислови. У такому випадку журналіст має передбачити, чи правильно зрозуміють їх реципієнти. Наприклад, серед заголовків, представлених у газеті «Сумщина», знаходимо французький крилатий вислів *Nopasaran!*, що означає «Вони не пройдуть». Він оригінальний та інтригуючий, проте чи кожен читач зможе його правильно ідентифікувати і пов'язати з текстом? І чи не зникне бажання прочитати весь матеріал, якщо читачеві не зрозумілий заголовок?

Поряд з тим, поширеним явищем у мові сучасних ЗМІ є калькування російських фразеологізмів: *Однаке наприкінці все зривається «з катушок».* По-перше, російський вислів *сорвуться с катушек*, як правило, використовується на позначення осіб (а не процесів, як у наведеному журналістському тексті), по-друге, все ж таке краще було б використати колоритний український відповідник *все йде шкереберть*.

Отже, у сучасних газетних текстах функціонують різні групи лексики, які дають можливість авторові більш точно, емоційно й виразно донести до читача інформацію, представити власну чи суспільну думку. Проте мова ЗМІ не повинна бути даниною моді, тимчасовим тенденціям, пов'язаним із порушенням літературних норм. Хотілося б, щоб грамотна мова української преси сприяла не тільки удосконаленню грамотності українців, а й формуванню правильних ціннісних орієнтацій нашого суспільства.

THE LEXICAL DIVERSITY OF NEWSPAPER TEXTS: MEANS OF IMPLEMENTING THE AUTHOR'S OPINION OR A FAD

I. Serebryanska, M. Dubinina,
Sumy State University,
2, Rims'kogo-Korsakova St., 40007, Sumy, Ukraine.
E-mail: serebryanska@ukr.net

The article deals with the use of different groups of lexicon in the pages of Ukrainian publications in the system of impact on the world view of recipients, their language and social consciousness.

Keywords: *language of press, rosiyanizm, tracing paper, barbarism, antonym, synonym, phraseological unit.*

**ЛЕКСИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТОВ:
СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ АВТОРСКОЙ МЫСЛИ ИЛИ ДАНЬ МОДЕ**

И. Н. Серебрянская, М. А. Дубинина,
*Сумский государственный университет,
ул. Римского-Корсакова, 2, г. Сумы, 40007, Украина.
E-mail: serebryanska@ukr.net*

Статья посвящена проблеме использования различных групп лексики на страницах украинских печатных изданий в системе влияния на мировоззрение адресатов, их языковое и общественное сознание.

Ключевые слова: язык прессы, руссизмы, кальки, варваризмы, антонимы, синонимы, фразеологизмы.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Єрмоленко С. Мова преси. Українська мова. Енциклопедія / С. Єрмоленко – К. : Українська енциклопедія, 2000. – 323 с.
2. Солодка Л. І. Лексико-семантичні особливості газетних заголовків : дис... канд. наук : 27.00.04. – 2008.
3. Кольцов М. Писатель в газете / М. Кольцов. – М., 1961. – С. 32–33.
4. Vouenne B. Journalisme et litterature // Le francais dans le monde. – 1965. – No 30. – P. 8–14.
5. Сербенська О. Антисуржик/ О. Сербенська – Л. : Світ, 1994.– 152 с.

Надійшла до редакції 04 червня 2014 р.