

О. Б. Русецька,
асистентка

УДК 007: 304: 070: 81'373

Лексико-семантичні особливості мови періодики ХХІ ст. (на матеріалі житомирської преси)

Розглядаються особливості мови друкованих засобів масової інформації на прикладах регіональної періодики, проаналізовано лексичні дифузії.

Ключові слова: лексика, розмовна лексика, книжна лексика, жаргонізми, дифузія.

Вступ. Мова друкованих засобів масової інформації є динамічним підстилем публіцистичного стилю. Вона швидко і виразно відображає зміни в суспільстві, поєднуючи такі функції, як інформативність та експресія. М. Пилинський у своїх дослідженнях публіцистичного стилю наголошував на антиномії інформативності та експресивності, що «є найважливішим внутрішнім пробудником розвитку стилю» засобів масової інформації [1, с. 37]. Водночас дослідники мови публіцистики зазначають, що вада текстів виявляється не в недостатній насиченості їх інформацією, а в «поганій» експресії, яка повторюється, стає стандартною і внутрішньо непереконливою. Вони застерігають, що коли конструктивний контраст складається зі стандарту і стандартизованої так само експресії, руйнується основа й сенс газетної мови [2, с. 176]. Мова української періодики різних часових проміжків є об'єктом дослідження таких науковців, як Н. Бойченко, І. Брага, А. Григораш, Т. Коць, А. Мамалига, О. Стишов, С. Єрмоленко, М. Навальна та ін.

Хоча в різних жанрах публіцистики логічний та емоційно-експресивний елементи мають бути взаємно зрівноважені, на сучасному етапі газетної комунікації посилюється експресивна функція. У мові газети дедалі частіше вживається поряд із розмовно-літературною лексикою розмовно-нелітературна: просторічна, в тому числі вульгарна, жаргонна, діалектна, лексика позанормативних запозичень, яка має доволі виразну експресію. «Такий могутній вплив мовної периферії на сучасну мову оцінюється або як мовна революція, або як могутня динамізація всієї мовної системи з усіма руйнівними й одночасно оновлюючими цю систему наслідками» [3, с. 12].

Мова засобів масової інформації є активним джерелом поповнення лексемами у сучасній українській мові. С. Єрмоленко зазначає: «...за сучасних умов активні процеси слововживання, вибору форми наголошування тощо найбільшою мірою визначаються мовною практикою ЗМІ. Останні здійснюють найвідчутніший вплив на вироблення узвичаєного мовного стандарту, вони формують і певні мовні смаки, моду на слововживання» [4, с. 7–8].

Лексика публіцистичного стилю, до якої входить і мова ЗМІ, доволі неоднорідна. Вона активно поповнюється лексичними одиницями з інших стилів, адаптуючи їх до своїх особливостей. «Найбільшою дифузністю відзначаються лексичні елементи розмовного і наукового, значно меншою – художнього та офіційно-ділового стилів. Поряд із процесом «орозмовлення» мови ЗМІ (та й літературної мови в цілому) дедалі відчутніший вплив на неї здійснюють так звані книжні стилі, тобто книжна лексика» [2, с. 23].

Періодичні видання Житомирщини мають загальні тенденційні ознаки розвитку мови ЗМІ. Вирізняються мовною неоднорідністю та навіть строкатістю, використовують різноманітну лексику: загальноновживану, спеціальну, розмовну, жаргонну та ін. Як зауважує М. Навальна, «розширюється тенденція до дедалі активнішого використання книжних слів, одні з яких виконують номінативно-інформаційну функцію, інші надають газетним текстам піднесеності, урочистості чи іронічності або слугують засобом створення комічного, смішного, дотепного тощо» [2, с. 154]. Зокрема, на сторінках газети «Житомирщина» часто трапляються слова з афіксами, притаманними офіційно-діловому стилю («обмеження», «звершення», «забезпечення», «постачання», «підготовлено», «призначено»). «У результаті перевірки дотримання вимог законодавства щодо забезпечення доброякісного харчування дітей у дошкільних навчальних закладах дійсно було встановлено, що фірма, яка отримала з бюджету понад 940 тис. грн на постачання дитсадкам вершкового масла, насправді привозила заборонений для вживання у дитячому харчуванні рослинний жир» (Житомирщина. – 2014. – 14 лют.).

Книжні елементи презентують насамперед терміни з різних галузей знань, причому як відомі, усталені, так і нові слова, що прийшли в мову з новими реаліями. Терміни та терміносполуки активно використовують не тільки в спеціальних, а й у масових публікаціях. Приміром, газета «Правовий орієнтир» активно послуговується юридичною лексикою («провадження»,



«закон», «цивільна відповідальність», «контрибуція»). «...У цій категорії справ зміна способу і порядку виконання рішення можлива шляхом зміни зобов'язання здійснити виплати на стягнення цих виплат» (Правовий орієнтир. – 2013. – 5 лип. – № 3). Такі термінолексеми й терміносполуки ускладнюють сприйняття інформації, особливо тоді, коли немає додаткових пояснень.

Найширше серед нових термінів у мові української преси представлені лексеми на позначення економічних понять, зокрема понять банківської справи, фінансів, кредитування, ціноутворення, купівлі-продажу тощо (*дефолт, факторинг, кліринг, еквайринг, кредит-банк*). «В Житомирі є банки, що здійснюють еквайринг», «Прислухайтесь до порад ріелтера...» («20 хвилин»).

Під дією позамовних чинників терміни розширюють свої значення за рахунок переносних, що позбавляє їх замкненості та ізольованості в одній окремо взятій терміносистемі. Рухливість меж у значеннях таких термінолексем свідчить про втрату ними однозначності, розширює їх семантику, що сприяє емоційності та експресивності повідомлення.

Часто в регіональній періодиці використовуються медичні терміни. Здебільшого це назви захворювань чи їх симптомів. Паралельно з такими відомими термінами, як *гайморит, отит, гонорея, сифіліс, інфаркт, пневмонія*, до журналістських текстів уводять менш відомі або зовсім невідомі терміни, наприклад: *менінгоенцефаліт, остеомиєліт, цервікокардія, цервікобрахіалгія, спондилоартроз, трихомоніаз, хламідіоз, цервікоторакалгія* та ін. «Багато хто вважає, що причини розвитку шлункових хвороб – неправильне харчування, стреси, підвищена кислотність і погана спадковість. Виявляється, виразки й гастрити – то інфекційні хвороби, і викликає їх бактерія *гелікобактер пілорі*»; «До сучасного медичного обладнання відносяться й різні моделі літотриптерів, які принципово поділяються на безконтактні (дистанційні), що не потребують безпосереднього втручання в організм, та контактні, які передбачають певною мірою інвазію» (20 хвилин. – 2014. – 18 квіт.).

У газетних матеріалах, присвячених інформаційним технологіям, простежуємо взаємодію термінологічної та загальноновживаної лексики, що засвідчує поєднання різних функціонально-стильових груп лексики. «Якщо ваш телефон працює із ОС Android 2.2 або вище, ви побачите значок мікрофона на віджеті Пошуку Google на вашому робочому столі мобільного телефона, і все, що потрібно зробити, це натиснути на значок, щоб почати Голосовий Пошук» (20 хвилин. – 2013. – 2 лип.).

У мові регіональної преси широко представлена спортивна лексика: як уже відомі загальноновживані слова, так і спортивні терміни. «У н'ятому турі змагань вищої ліги чемпіонату України з футболу житомирська команда “Кон-

тингент” зустрічалася у себе вдома з луганським “ЛТК”» (Таймер+. – 2008. – 6 листоп. – № 14). У багатьох випадках вживаються спортивні терміни без пояснень у значеннях, незважаючи на те, що видання не є спеціалізованим. «...відбувся чемпіонат Європи з кікбоксингу за версією WAKO у розділах фул, семи-контакт та сольні композиції».

Слова-терміни і термінологічні словосполучення використовують як інформаційні видання, так і аналітичні мас-медіа. Тенденцію до дедалі ширшого використання таких спеціальних одиниць спостерігаємо і у всеукраїнських виданнях, і в регіональній періодиці.

Окниження української газетної мови відбувається також за допомогою акронімів. «Чільне місце серед них належить літерним та звуковим акронімічним скороченням, які слугують не лише засобом номінації, а й засобом додаткової конотації, експресії, забезпечуючи асоціативний перегук зі звичайними загальноновживаними словами» [2, с. 156]. Проте використання неувічашених ініціальних абревіатур у газетних текстах нерідко ускладнює сприйняття інформації: читачеві доводиться переглядати текст, щоб знайти базове словосполучення акроніма, іноді споживач інформації взагалі не розуміє його. «Разом із заявою він подає до ДКСУ документи та відомості...»; «В електронних та друкованих ЗМІ розміщено адреси розташування УДМС України» (Правовий орієнтир. – 2013. – 5 лип.).

Поряд з книжковою лексикою активно в мові засобів масової інформації вживається розмовна. «Розмовні слова, надаючи мові невимушеності, є елементами, що знижують стиль щодо загально-нейтрального шару слів літературної мови і можуть слугувати певним засобом стилізації, який вносить у писемну мову присмак усного спілкування або передає чію-небудь усну мову» [5, с. 39]. Хоч нейтральні слова в мові засобів масової інформації кількісно значно переважають, розмовні одиниці вирізняються серед загальноновживаних лексем і надають публіцистичним текстам відповідного стилістичного забарвлення. «Кістяк нашої Ради студентського братства складає 10 осіб» («Універсум»); «Молодь і люди зрілого віку також не проти виграти щось на дурняка...» («Таймер +»); «Родичам, близька людина яких перебуває в зоні проведення антитерористичних операцій, не доведеться бігати по різних інстанціям, «обривати» телефонними дзвінками прес-служби чиновників» («20 хвилин»).

Проникнення розмовної лексики до публіцистичного стилю зумовлене як внутрішньомовними, так і позамовними причинами. Саме вони, зокрема зняття політичної цензури, продовження демократичних починань у суспільстві, необхідність номінації явищ, що не були характерними для попередніх років, зміна мовних смаків у бік спрощення, лібералізації, активізація суспільно-політичних процесів, бажання висловити



експресію будь-якими засобами тощо, сприяють широкому залученню в мову преси розмовних одиниць.

Аналіз мовного матеріалу регіональної преси переконливо свідчить про те, що сьогодні на неї значний вплив чинить усна мова. Розмовні одиниці становлять доволі помітний шар у лексичній системі сучасної української літературної мови і значно активізувалися в мові публіцистики, зокрема регіональної. Автори матеріалів у житомирській періодиці активно послуговуються спортивною, медичною, юридичною, економічною лексикою поряд із загальноживаною.

1. Пилинський М. М. Експресивність стилю масової політичної інформації / М. М. Пилинський // Мовознавство. – 1977. – № 5. – С. 35–36.

2. Навальна М. І. Динаміка лексики української періодици початку ХХІ ст. : [монографія] / М. І. Навальна. – К. : Інститут укр. мови ; Видавничий дім Дмитра Бурого, 2011. – 328 с.

3. Соболева І. О. Знижені (позалітературні) мовні засоби в сучасному публіцистичному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02 / І. О. Соболева. – Сімферополь, 2002. – 19 с.

4. Єрмоленко С. Я. Публіцистичний стиль / С. Я. Єрмоленко // Українська мова : енциклопедія / [редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко (співголови), М. П. Зяблюк та ін.]. – К. : Вид-во «Укр. енцикл.» ім. М. П. Бажана, 2000. – С. 501.

5. Коваленко Б. О. Стилiстичнознижена лексика в мові сучасної української публіцистики : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова» / Б. О. Коваленко. – К., 2003. – С. 19.

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

Rusetska Olena. Lexico-semantic features of language of periodicals of XXI st. (on material of the Zhytomyr press).

The features of language of the printed mass medias are examined, on the examples of regional periodicals lexical diffusions are analysed.

Keywords: vocabulary, colloquial vocabulary, literary vocabulary, slang, lexical diffusion.

Русецкая Е. Б. Лексико-семантические особенности языка периодики ХХІ в. (на материале житомирской прессы).

Рассматриваются особенности языка печатных средств массовой информации на примерах региональной периодики, проанализированы лексические диффузии.

Ключевые слова: лексика, разговорная лексика, книжная лексика, жаргонизмы, диффузия.