

УДК 81'276.2:654.1 (477.81): 81.373.43

Мітчук О. А., старший викладач кафедри журналістики Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне

## СЛОВА-СЛЕНГИ У МОВІ ЗМІ РІВНЕНЩИНИ ЯК ПРОЦЕС НЕОЛОГІЗАЦІЇ

### Анотація

*Розглянуто входження слів-сленгу у лексичне середовище засобів масової інформації Рівненщини, проаналізовано їх роль у журналістському тексті та вплив на читацьку аудиторію, несення в собі певної експресії у сприйнятті. Адже входження сленгізмів у медіатекст робить його динамічнішим, суттєво насичуючи його новими словами у сприйнятті для реципієнта.*

**Ключові слова:** сленг, лексичне середовище, мова ЗМІ, лексика, інформаційний простір, функціонування української мови, слова-сленги.

*Рассмотрено слова-сленги, которые существуют у лексической среде языка средств массовой информации Ровенщины. Проанализировано их роль у журналистском тексте и влияние на аудиторию. Слова-сленги у медиатексте создают динамику, которая делает его насыщенным и читабельным среди реципиентов.*

**Ключевые слова:** сленг, лексическая среда, язык СМИ, лексика, информационная среда, функционирование украинского языка, слова-сленги.

*The author of the article considers slang words and their entry to lexical medium of mass-media in Rivne, analyses their role in the journalistic text and their influence on readers; the entering of slang in journalistic text make it more dynamic and expressive.*

**Keys words:** slang, lexical medium, mass-media language, lexicon, information space, functioning of Ukrainian language.

Світова культура перебуває у добі плюралістичного модерну, витоки якого варто шукати у другій половині ХХ ст., коли європейська спільнота почала звільнятися від комуністичного міфу, а решта християнського світу боролася з ліберальною вседозволеністю. Континенти по обидва боки Атлантики переживали полярні суспільно-політичні процеси, які на рівні

культурного протистояння були багато в чому схожі. Наситившись однорідністю й одностилевістю та керуючись новим культом свободи, європейці творили еkleктику в мистецтві, науці почасти і в мові. Натомість США рятувалися від суспільного занепаду, шукаючи “культурних інвестицій”, які б мали глибоку традицію. Взаємопроникнення відбувалося як в межах однієї культури (на рівні філософських концепцій, мистецьких напрямків, стилів, через поєднання традицій і новаторства), так і на рівні світових культурних універсале. Завдяки інформаційним технологіям зникли кордони між спільнотами, а їхніх представників стали називати “громадянами всесвіту”. Геополітична, економічна, інформаційна й цивілізаційна глобалізація триває досі.

Мова, як одна з культурних універсале і як продукт суспільної діяльності, відображає ці процеси на лексичному рівні. Щодня для позначення нововведень народжуються нові слова. Деякі з них мігрують мовними просторами, стираючи національні кордони. Інші стають надбанням лексичної історіографії.

Мовні взаємовпливи можна розглядати на двох рівнях: монокультурному, тобто в межах одного мовного середовища, та полікультурному, вивчаючи взаємопроникнення різних мов. У кадастрі сучасної української мови щодня з'являються слова. Окрім іншомовних одиниць, це широкий пласт лексики, який ґрунтується, насамперед, саме на міжмовних зв'язках.

Коли об'єктом дослідження є молодіжний сленг як різновид соціо жаргону, доцільно враховувати суспільно-історичний аспект його появи. Суспільно-політичні та культурні перетворення середини минулого століття спонукали молодь до творення так званих “груп інтересів”. Почалася епоха субкультур. Першими були гіпі. Позбавлені комплексів минулого, вони творили альтернативне протилежне усталення існуючому середовищу, заперечуючи усталені норми законів, за якими жили їхні батьки. Вони слухали незрозумілу музику, носили довге волосся, подорожували автостопом, культивували дружбу і Тендерну свободу. У 70-80 рр. існувало кілька десятків так званих НМО – неформальних молодіжних об'єднань: панки, металісти, рокери, байкери. Творячи власні субкультури, вони спиралися на закони гіпівської системи, яка на той час перестала бути популярною. Окрім зовнішніх атрибутів (одягу, зачісок, прикрас тощо), кожна субкультура виробила власні знакові системи. Жаргонізована мова була однією з таких систем. Субкультурне мовлення,

створене за законами історично старших – кримінального та професійного жаргонів, – відокремлювало його носіїв від решти суспільства. На початку 90-х років ХХ ст. під впливом суспільно-політичних перетворень сленг перестав бути захисним кодом певної субкультури. Тогочасна молодь запозичила від колишніх НМО деякі зовнішні атрибути, а їхній сленг став колективним надбанням.

Епоха плюралістичного модерну поєднала елітарне і масове, нормативне й ненормативне. Слова бабло, класний, лажа, тусовка сьогодні можна почути не тільки у розмові людей різних поколінь – сленговий соціалект перестав бути елементом розмовного стилю як такого. Сленгізми проникають у художнє та публіцистичне мовлення творячи там рухливий пласт живої лексики.

Хтось вважає це атрибутом сучасності, закономірним процесом розвитку мови. Для когось такий лексичний плюралізм – ознака мовної всездозволеності часу. Мовознавці стурбовані тим, що сленг, яким сьогодні розмовляє молодь, – це переважно фонетично і граматично спотворений російський соціалект. Відтак русифікація триває й на рівні жаргонного мовлення.

Дослідити сленговий різновид жаргону як один з виявів субкультури, а також як повноцінний лексичний елемент мови ЗМІ нині дуже важливо. До цього спонукала не надто позірна зацікавленість українського мовознавства молодіжним соціалектом. На відміну від російських дослідників, які вже десятки років вивчають різні субкультури не тільки на предмет мови, а й з огляду культурології, педагогіки, психології та соціології, українська наука й досі не розробила відповідної методології. За таких умов, надбанням можна вважати перший словник українського молодіжного сленгу [1, с. 83] та поодинокі публікації у нечисленних спеціалізованих мовознавчих часописах. Однак питання тільки окреслені та потребують детального осмислення.

Спробуємо обґрунтувати соціально-психологічну мотивацію появи українського сленгу, його активне входження у загальнонародну мову на основі соціологічних та психолінгвістичних досліджень В. Виноградової-Бондаренко [2], Є. Береговської [3], Л. Радзиховського [10], М.Розіна [11]. Зробити екскурс в історію соціалекту, визначити його зв'язок з жаргоном та аргументацію праці Й. Дзєнзелівського [1], С. Пиркало [8].

Мова засобів масової інформації та сучасної української літератури живе вже за новими стилістичними законами. Ознаки офіційно-ділового

та, відповідно, художнього стилю у чистому вигляді їм більше не притаманні. Колись “зразкове” мовлення журналістів увібрало розмаїття усномовної лексики. Залежно від жанру, твори сучасних авторів насичені кримінальним жаргоном та молодіжним сленгом і, як своєрідні мовні лабораторії, демонструють стихійний розвиток мови йдеться не лише про журналістську творчість, коли автор вирішує, чи доцільно вводити у текст ненормативну лексему. Проблема функціонування сленгової лексики у мові ЗМІ є актуальною, тому важливим чинником дослідження є нормативно-стилістичні аспекти функціонування сленгу, який межує з образним естетичним мовленням та нецензурною лайкою. Теоретичною базою є довідкова література з культури мови [6], праці О. Сербенської [14], Т. Коць [4], а також публікації та виступи Л. Масенко [7] на тему функціонування розмовної лексики в мові ЗМІ.

Сленг – одне з найбільш суперечливих мовних явищ. Цей термін американського походження застосовують, коли йдеться про неформальне молодіжне мовлення. Раніше сленгом називали молодіжний жаргон, який творився тільки на основі англійських слів і коротко, влучно означував навколишню дійсність. Творцями такого сленгу були гіпі, які добре знали англійську мову. З часом цей соціолект трансформувався у номінальний набір слів та фразеологізмів, поступово втрачаючи іронію та смислову інверсію, характерну для сленгу гіпі. Московська лінгвістична енциклопедія від 1990 року ототожнює сленг з жаргоном, тобто соціальним різновидом мовлення, для якого характерна професійна лексика з експресивною полісемантикою та фразеологією. Категорію “сленг” тут подають як сукупність жаргонізмів, підкреслюють, що сленгізми відображають фамільярне, гумористичне ставлення до предмета мовлення; їх уживають переважно за умов невимушеного спілкування.

Мовлення журналістів сьогодні стало багатожанровим та стилістично різнобарвним словесним мистецтвом. У минулому владна цензура знищувала будь-які прояви лексичного вільнодумства ще у стадії зародження – автор, зомбований продукувати потрібні тексти, ретельно випишував штампи та канцеляризми. Талант перетворився на письменницький фах, а творчість потрапила на конвеєр державної пропаганди. Мовний нормативізм був додатковим вигідним засобом мистецької провінціалізації, зміцнював мур між україномовним селом та російськомовним містом. 30-і роки ХХ ст. обрубали зв'язки усного й писемного мовлення, позбавивши останнє величезного пласту живого

енергетичного народного слова. Чимало зразків народного мовлення вмерло з їхніми носіями, так і не потрапивши до письменницької теки. Деякі з цих слів втрачені для мови назавжди. Тому й досі українську літературу дехто сприймає як селянську, а українську мову вважають нездатною відтворювати різні форми міської культури.

Після того, як відбувся злам донедавна панівної художньої традиції, література й медіа жадібно вносять лексичне розмаїття своєї доби, фіксуючи образи, значення та контексти, які вона витворює. Активну лексику поповнюють різні приклади живого розмовного мовлення – від міського побутового до територіально та соціально-розмежованого.

Відтак мова сучасних романів та віршів, журналістських статей та виступів насичена сленгом, діалектизмами, елементами злодійського аргю, навіть нецензурною лайкою та вульгаризмами. Ці слова сприймаються як органічні вкраплення до унормованої лексики і вже не викликають культурного шоку. Перефразовуючи думку мовознавця Я. Масенко, сучасні письменники та журналісти “шукають нових форм, жанрово-тематичного розширення і мовностильової переорієнтації” [7, с. 6]. Вчена виділяє так звану літературу “нової хвилі” (останнього десятиліття ХХ ст.), яка орієнтується на усні форми побутування мови, зокрема, на міське просторіччя.

Мова засобів масової інформації збагачена лексикою на кшталт бабки, бакси, кайф, качок, прикол, рагуль, тусовка, чувак, забуханий, класний, крутий, продвинутий, балдіти, врубатися, хавати тощо. Дослідниця молодіжного сленгу Є. Береговська саме ці слова вважає найуживанішими в мовленні журналістів [9]. До списку можна додати лексеми: лажа, облом, підар, понти, добивати, ковбасити, продавати, які відрізняють матеріали рівненської газети “Рівне вечірнє”, “Панорама” – першого Рівненського видання, на сторінках якого прижився міський сленг і активно там розвивався.

На відміну художніх текстів, де авторство неологізмів встановити відносно легко, газетно-публіцистичний стиль користується такими поняттями, які одночасно з'являються у багатьох авторів. З погляду культури української мови, – це такий собі “колективний” лексикон, який постійно поповнюється новими словами і семами.

Живу українську мову плекає газета “Панорама”, друкуючи твори молодих журналістів. Оповіді насичені жаргонізмами та молодіжною лексикою, перше місце з-посеред яких належить молодіжному сленгові. За

допомогою лексики Автора описують субкультурне середовище української провінції. Причому вживають жаргонізми не лише в діалогах героїв, а й авторській оповіді.

Відтворення в публіцистичних текстах живого народного мовлення, в кадастрі котрого постійно з'являються нові слова, спричинило дискусію на тему мовної норми. Одні науковці вважають, що жаргон та просторіччя природно доповнюють художнє та публіцистичне мовлення, інші, навпаки, – відстоюють мовну естетику літератури XIX ст. Конфлікт триває відтоді, як радянська культура почала ототожнювати поняття “літературної мови” й “мови художньої літератури”, в той час як західна, а також російська література давно вважають їх неспівмірними.

“Мовні норми художньої літератури (відтак медіалігвістики і публіцистики – О.М.), пише Л. Масенко, – окреслюються як творчі норми ставлення письменника до мови, а відкритий вихід її в позанормативні мовні сфери визначається як одна з домінантних ознак мови художньої літератури” [7, с. 64]. Отже, для красного письменства та деяких жанрів журналістики діалектизми, професіоналізми, жаргонізми й просторіччя є яскравими образними засобами, які передають стихійний розвиток мови. У цьому процесі норма має відігравати роль фільтра, пропускаючи до мовної кадастри художніх текстів та журналістських матеріалів усе найхарактерніше і найцінніше, що є в усному мовленні. Залежність норми від стилю мовлення можна назвати її комунікативною доцільністю. Коли літературний редактор узгоджує текст з нормами сучасної літературної мови (граматичними, орфографічними, синтаксичними, стилістичними тощо) і “дає життя словам, які емігрували з іншої мови чи іншого стилю, або яких взагалі не існувало у лексиконі, критерієм відбору має бути комунікативна доцільність (доречність) цих слів саме в певному контексті та мові взагалі. Долучаючись до творення тексту, редактор може руйнувати пуристичні стереотипи, відшліфовувати лексичні новотвори, збагачуючи активний словник українського мовця.

Поява сленгової лексики у матеріалах газет свідчить про динамічний розвиток мовної норми. Характер мовних уподобань визначається не художнім стилем (як це було, наприклад, у XIX ст.), а сферою ЗМІ. Дослідник О. Сербенська вважає, що саме „у ЗМІ, як наймолодшій сфері нашої культури, українська мова утверджує себе” [14, С. 135]. Адже інформаційний простір значно ширший, і засоби масової інформації щодо впровадження мовних правил мають значно більше можливостей. На

думку вченої, журналістське мовлення надзвичайно чутливе до різних соціальних змін і здатне оперативно відображати ці зміни. За процесами журналістського лексикотворення не складно простежити тенденції розвитку мови та і загалом культури суспільства.

Інструментом у визначенні нормативності може слугувати функціонально-стилістичний підхід до мовних явищ, а саме стилістична або функціонально-стилі-стична норма, яку в роботі над текстом редактор використовує окрім власне літературної. Молодіжний сленг, що динамічно розвивається і в якому йде активний процес творення нових слів, завжди перебуває на межі “нормативно – ненормативного”. На сторінках друкованих ЗМІ, а також у виступах ведучих численних ФМ-станцій часто натрапляємо на модне слівце. Наприклад: Томський олдовий хіпан та діджей, невтомний збирач та публікатор біографії Юлій Буркін у співавторстві видав роман-хроніку про “Бітлів” – а за рік ошелешене успіхом “ЕКСМО” розродилося й другим доповненим виданням у “супері” з дискографією й двома післямовама [РТ, 12. 03. 02].

Вжиті автором сленгізми ліпше за будь-які інші засоби мовного вираження передають настрій оповіді. У рецензії на книжку про славнозвісний “Beathes” вони цілком доречні, адже близькі до мови її потенційних читачів (олдовий та хіпан (гіпан) – слова із середовища гіпі).

Нанизування сленгізмів спостерігаємо в таких реченнях, наприклад: Особливо напружувати “заглибину від картуза” не слід, завернеться, просто ходиш і “втикаєш”. Якщо добряче втикнув, то починаєш плющити, тулити та ковбасити, тобто трапляється варіант сучасної форми рагульського катарсису, вираженого у новомовній конструкції – “це краще, ніж: страхатися!”. Тобто проперло [РВ, 15.05.03].

У тексті поєднано високу й низьку лексику, зокрема у словосполученні “рагульський катарсис” співіснують територіальний сленгізм та нормативне іншомовне слово, які за інших жанрово-стилістичних обставин (наприклад, у науковій оповіді) – несумісні.

Вводячи у текст сленгову лексику і лайливі слова, арготизми та діалектизми, автор здійснює одну із чотирьох (або водночас усі чотири) функції:

а) репрезентативну – максимально наближає мову героїв до реальної (розмовної);

б) метафоричну – коли використана автором ненормативна лексика творить емоційно-оцінні образи та асоціативні ряди;

в) критичну – коли сленгізми є засобами критичного відображення дійсності, протестом проти встановлених норм та суспільного тиску.

Деякі дослідники виокремлюють ще одну функцію сленгу – як прийому карнавалізації. Наприкінці XIX ст. Е. Дюркгайм окреслив три конфлікти, які можуть виникати в процесі розвитку культури: аномія, культурне спізнення та сторонній вплив. Про культурну аномію говорять тоді, коли соціальні норми в суспільстві тільки формуються. В сучасній Україні політика і релігія не мають достатнього впливу, натомість суспільні інтереси залежать від економічних факторів. Зміщення акцентів у системі цінностей спостерігаємо й у мовній сфері, зокрема у підході до питань нормативності.

Мовна норма – це загальновизнані правила вживання мовних засобів певною спільнотою у певний історичний період її розвитку. Журналіст повинен відчувати ознаки не тільки часу, в якому написаний текст, а й епохи, витвором якої є текст. Такий підхід допомагає зрозуміти актуальність певної лексики і, навпаки, – побачити її недоречність в конкретному тексті.

Завдання журналіста, працюючи зі стилістично різними журналістськими текстами, – “вжитися” в авторський стиль, прийняти його художньо-естетичні смаки й донести їх до читача “неушкодженими”. У роботі над текстом важливо зберегти усе нове, хоча і не завжди стилістично прийнятне, без чого твір не буде довершеним. Вважаючи сленгову лексику ненормативною для публіцистичного мовлення, редактор ризикує позбавити авторський текст образності, яку творять саме сленгізми. Як експресивні елементи тексту, як ознака “стилістичного зламу”, у журналістських текстах така лексика допустима лише в мікродозах. Редактор повинен відчувати межу між просторіччям і художнім мовленням, його втручання в авторський текст має обмежуватись тими функціями, які автор здійснює у тексті, і вживає ненормативну, з погляду культури мови лексику. Саме тоді існування соціолекту у цих стилях мовлення буде стилістично виправданим. Якщо мова визначає культурні універсали нації, то норма літературної мови покликана творити взірці які відповідатимуть мовній традиції. Критерієм у цьому може слугувати тривалість існування лексичного явища у мовному просторі. Однак часовий підхід не варто застосовувати до лексики в цілому. Нові слова не творять “автономію” у мовній кадастрі завжди



переплітаються з тим, що вже усталене. Наскільки органічним є нового і старого”, настільки це нове має шанси стати нормативним.

Варто також зауважити, що у публіцистичних текстах відстежується репрезентативна і метафорична функції. У мовознавстві існує два погляди на існування соціолектів, у мові ЗМІ та художній літературі. Дехто з дослідників культури мови вважає, що “усе, що зупиняє увагу на самому слові, будь-яка не тільки неясність, але помітна незвичність його відволікає увагу від змісту, (до речі, такою можна вважати реакцію читача і на сленгові лексеми в публіцистичних текстах – О. М.). Лише прозорість мови дає можливість діяти легко, сильно, художньо” [1; 171-172]. На думку інших науковців, погляд читача ніколи не зупиняється на досконало правильній фразі. Натомість незграбний, на думку стиліста, текст читач запам’ятовує саме за цією ознакою.

У мові ЗМІ репрезентативна функція найяскравіше проявляється через авторський монолог і пряму мову. Щоб наблизити текст до зображуваної дійсності, “реалізувати” описуваний елемент сюжету, автор вводить у мовлення потрібні зміни. За допомогою сленгової лексики він передає емоції персонажів (захоплення, розчарування, зневагу тощо), налаштовує читача на певний настрій. Наприклад. Слухай, як ти замочив з отим телефоном! Весь атас! [П, 12. 06. 01]. Атож. <..> я ще не бачив таких рідкісних мудаків, як ви, друзі! [П, 12. 06. 01].

Репрезентативну функцію сленгова лексика виконує і в таких уривках журналістського матеріалу: <...> але файно ти з тим телефоном приколов! <...> вибач, я трохи вмазав сьогодні! [там само], <...> якби я був гоміком, то за всяку ціну жадав би переспати з тобою, брате мій! [там само].

Відповідниками таких сленгових слів у мові журналіста є: “додумався”, “напився”, “гомосексуаліст”. Якби автор використав у діалогах емоційно-нейтральну лексику, текст не викликав би очікуваного читачього інтересу. Яскравих сленгізмів в уривкові немає, за винятком вигуку “блін”, який у тексті виражає роздратованість. Натомість загальний стиль оповіді максимально наближений до просторіччя, властивого мовному заголові.

Для жанру інтерв’ю ненормативна лексика, зокрема сленг та просторіччя, – цілком прийнятні, адже стиль цього різновиду журналістської творчості наближений до розмовного.

Герої статті Діми Давидчука “Гопники та культура” опублікованій у газеті “Вільне слово”, виражають себе за посередництвом соціально дібраних слів. Через ненормативне мовлення автор демонструє знання

цього різновиду лексики й розкриває психологію молодіжної спільноти. Особливо багато в тексті негативних емоційно-оцінних жаргонізмів, які виражають неприязнь, агресію чи протест, як, скажімо, в такому уривку: Спочатку гопи виклали їм свою точку зору стосовно проблеми. Вони оперували такими прогресивними поняттями, як “он мене напругає”, „ми вас всех захіпабудім”, „будете нам всім башлять бабки” [ВС, 02. 04. 01].

Є у тексті сленгізми, які передають протилежні емоції (насолоду, захоплення чи спокій). З функціонального погляду сленгізми особливо цікаві своєю метафоричністю: вони можуть творити багаточленні синонімічні гнізда, вносять у мову семіотичне розмаїття. Наприклад, нормативні лексеми “сучасний”, “прогресивний” у деяких текстах передаються сленгізмами “крутий”, “продвинутий”, “просунутий”. У значенні “досконалий”, “найкращий”. Наприклад: Адже сьогодні вважається за краще стати продвинутим і заробити купу грошей [ВС, 02. 04. 01.]. Або ж. Про подібні речі сьогодні не дуже вигідно говорити, позаяк можна потрапити в становище подвійного нерозуміння з боку західняків (продвинутих українців) і східняків (національно непродвинутих) [ВС, 02. 04. 01].

Популярним у сучасних публіцистичних текстах є сленгізм крутий та слова, які від нього творяться. Наприклад: Мимоволі зразу готуєшся або до якогось інтелектуального чи квазіінтелектуального загрузу, або ж до обвалу крутої ізотерики” [ОГО, 30. 04. 01.] і став махровим алхіміком найкрутішого пошибу [там же].

Образним явищем сленгового соціолекту є експресивна градація – нашарування семіотично й морфемно подібних сленгових лексем, коли кожне наступне слово – емоційніше за попереднє. Нанизуючи одне по одному такі слова у фразі, автор вибудовує кульмінацію в окремій синтаксичній конструкції. Наприклад: Але що народ в кінець доконало, додобало, достало: Нечесне життя від нині [П. 10.09.02].

Сталими сленговими словосполученнями у ЗМІ Рівненщини можна вважати й такі: забити стрілу, загілити в гризло, бути гівна вартим, пожити на когось (на щось), усе чотко. Однак їх не варто прирівнювати до словосполучень башляти бабки, заробляти філки, натовкти гризла, нема питань, які поза контекстом не утворюють експресивних зв'язків та образів.

Отже, можна стверджувати, що сленг робить журналістський текст більш динамічним. Його існування у мові ЗМІ – це оригінальний прийом,

який допомагає уникнути штампів, канцеляризмів, поширених метафор. Для мови засобів масової інформації сленігова лексика – один із засобів наблизити оповідь до реального мовного середовища, відобразити лексичний простір, в якому живуть герой та читач.

### Література

1. Виноградова-Бондаренко В. “Субкультура” безпритульних дітей 20-хрр. ХХ століття // Слово і час. – 2000. – №6.;
2. Береговская Э. Молодежный сленг: формирование и функционирование // Вопросы языкознания. – 1996. – №3.;
3. Коць Т.А. Функціонування лексичних варіантів у засобах масової інформації, (на матеріалах газет 90-х рр.) // Мовознавство. – 1997. – №6. – С. 56;
4. Культура української мови: Довідник / За ред. В. М. Русанівського. – К., 1990.;
5. Масенко Л. Т. Мова і політика. – К., 1999;
6. Никитина Т. Так говорить молодежь: Словарь сленга. – По материалам 70-90-х годов. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб., 1998.;
7. Пиркало С. Сленг: ненормативно але нормально // Урок української. – 2000. – №4.;
8. Потебня О. Эстетика і поетика слова. – К., 1985.;
9. Радзиховский Л. Психологические проблемы изучения неформальных молодежных объединений // По неписаным законам улицы. – М., 1991.;
10. Розен М. Увлечение или потребность // По неписаным законам улицы. – М., 1991.;
11. Ставицька Л. Функціонування жаргонної лексики у сучасній українській уснорозмовній мові // Вісник Харк. Університету. Серія філологія. – Харків, 2000.;
12. Сербенська О., Волощак М. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. – Львів, 2000.