

Українська мова

УДК 81267.4/5:355.1]:070(477)

**ФУНКЦІОНУВАННЯ ЖАРГОННИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ
ОДИНИЦЬ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

**FUNCTIONING OF JARGON FRASEOLOGICAL UNITS IN THE
MASS MEDIA LANGUAGE**

Левченко Т.М.,

ORCID iD: [orcid.org: 0000-0002-4275-7701](https://orcid.org/0000-0002-4275-7701)

кандидат педагогічних наук, доцент

кафедри української лінгвістики і

методики навчання ДВНЗ «Переяслав-

Хмельницький державний педагогічний

університет імені Григорія Сковороди»

У статті проаналізовано жаргонні фразеологічні одиниці, як містять у собі велику силу експресії та емоційної наснаги і здавна вважаються однією із специфічних рис кожної мови. Саме фразеологізми набагато виразніше, ніж окремі слова, розподіляються в певних структурно-функціональних стилях, виявляючи свою належність до кожного з них, а також до сфери усного чи писемного мовлення, мають більш яскраве експресивне чи емоційне забарвлення.

Зазначено, що одним із динамічних процесів сучасної української мови є жаргонізація мови і мовлення, через те що вона обумовлена багатьма причинами. Однією з них є демократизація суспільного спілкування, що викликане взаємодією літературної мови і некодифікованими підсистемами, дією засобів масової інформації, які поширюють жаргон як експресивний засіб та звикання до жаргону у широких верств населення. Масштаб

жаргонізації досягнув такого рівня, що лінгвісти почали говорити про формування загального жаргону, проміжного утворення на межі літературної мови і соціальних діалектів, називати його особливим функціонально-стилістичним розрядом, загальним жаргоном, інтержаргоном, жаргонізованим розмовним мовленням.

З'ясовано, що жаргонні фразеологізми – ефективний засіб гумору та сатири. Проте тут вони, не втрачаючи власного специфічного стильового забарвлення, набувають нових стилістичних функцій, пов'язаних з основною настановою публіцистики – бути засобом образності і виразності. Найбільшого поширення в мові засобів масової комунікації набули жаргонні фразеологічні одиниці, що мають структуру словосполучення.

Доведено, що жаргонні фразеологізми є вдалим засобом гострої образної характеристики тих чи інших негативних рис і властивостей героїв публікацій. Такі фразеологізми, як правило, з великою емоційно-експресивною силою засуджують негативні риси – егоїзм, жадібність, цікавість, настирливість.

Велика кількість жаргонних фразеологізмів виходять за межі жаргону і переходять у фонд загальноновживаної фразеології, широко функціонуючи в усному вжитку та засобах масової комунікації. Кожен з них підпорядкований певній авторській настанові і несе в собі певне стилістичне навантаження.

Ключові слова: жаргонні фразеологізми, мова засобів масової комунікації.

The article analyzes jargon phraseological units, which contain a great deal of expression and emotional force and for long have been considered as one of the specific features of each language. Phraseologisms are much more expressive than individual words, and are distributed in certain structural and functional styles, showing their belonging to each of them, as well as to the sphere of oral or written speech, have a brighter expressive or emotional color.

It is noted that one of the dynamic processes of modern Ukrainian language is the jargonization of language and speech, because it is caused by many reasons.

One of them is the democratization of social communication, caused by the interaction of literary language and non-codified subsystems, by the influence of the media that spread jargon as an expressive mean and addictance to jargon of the general public. The scale of jargonization reached such a level that linguists began to talk about the formation of common jargon, intermediate formation on the border of literary language and social dialects, to call it a special functional-stylistic category, general jargon, inter-jargon, jargon spoken language.

Jargon phraseology has been found to be an effective means of humor and satire. However, here, without losing their own specific style coloration, they acquire new stylistic functions related to the basic tenet of journalism - to be a mean of imagery and expressiveness. The most widespread in the language of mass communication are slang phraseological units that have the phrase structure.

It is proved that jargon phraseologisms are good means of sharp imagery characteristic of certain negative features and properties of heroes of publications. Such phraseologisms, as a rule, are with great emotional and expressive power and condemn negative features - selfishness, greed, curiosity, persistence.

A large number of jargon phraseologisms go beyond the jargon and transfer into the common phraseology fund, widely functioning in oral use and mass media. Each of them is subject to a specific author's direction and carries a certain stylistic load.

Key words: jargon phraseological units, mass media.

Постановка проблеми. Проблема функціонування і прагматичного навантаження фразеологічних одиниць української мови на сьогоднішній день одна з актуальних тем сучасної фразеології. На сучасному етапі накопичений значний науковий досвід у дослідженні фразеологічних одиниць сучасної української мови, проте проблема функціонування жаргонних фразеологічних одиниць у засобах масової комунікації до цього часу комплексно не вивчена і не розглядалася. Цим і зумовлена актуальність нашого дослідження, яка пов'язана з необхідністю системного вивчення функціонування жаргонних фразеологізмів у засобах масової комунікації.

Фразеологічні одиниці містять у собі велику силу експресії та емоційної наснаги, вони здавна вважаються однією із специфічних рис кожної мови. Фразеологізми набагато виразніше, ніж окремі слова, розподіляються в певних структурно-функціональних стилях, виявляючи свою належність до кожного з них, а також до сфери усного чи писемного мовлення, мають більш яскраве експресивне чи емоційне забарвлення.

Аналіз останніх досліджень. Численна наукова література свідчить про дискусійність статусу фразеологічного значення та класифікації фразеологічних одиниць. Аспекти зазначеної проблеми порушено в наукових розвідках таких учених, як А.І. Мамалига [7], О.Д. Пономарів [9], О.А. Сербенська [10], Т.А. Коць [4], Н.І. Кочукова [5], Н.В. Третяк [14] та ін. Зокрема Н.В. Третяк зауважує, що «українська жаргонна фразеологія сформувалася на національному ґрунті і за своїм духом і лексичним наповненням віддзеркалює мовний світ українського народу» [14, с.40].

Одним із динамічних процесів сучасної української мови є жаргонізація мови і мовлення, що обумовлено багатьма причинами. Однією з них є демократизація суспільного спілкування, що викликане взаємодією літературної мови і некодифікованими підсистемами [6, с. 670], дією засобів масової інформації, які поширюють жаргон як експресивний засіб та звикання до жаргону у широких верств населення [13, с. 52]. Масштаб жаргонізації досягнув такого рівня, що лінгвісти почали говорити про формування загального жаргону, проміжного утворення на межі літературної мови і соціальних діалектів [6, с. 670], називати його «особливим функціонально-стилістичним розрядом» [13, с.41], загальним жаргоном [3], інтержаргоном [2], жаргонізованим розмовним мовленням [8].

Окремо оформлені словесні знаки, які є жаргонними одиницями, за своїми характеристиками відповідають фразеологічним одиницям. При цьому поняття «фразеологізм» розуміється нами досить широко. Як відомо, обсяг фразеології в різних класифікаціях визначається неодинаково. Щодо обсягу фразеології в українському мовознавстві утвердилася думка про

широке та вузьке розуміння. На думку Л. Г. Скрипник, яка є прихильницею широкого трактування, предметом вивчення фразеології є стійкі сполучення двох і більше слів, що утворюють семантичну цілісність і відтворюються у процесі мовлення як готові словесні формули. До фразеологічного фонду української мови вона зараховує прислів'я, приказки, формули вітань і побажань, каламбурні сполуки, крилаті вислови та ін. [11, с.11]. Представники вузького розуміння обсягу термінопоняття фразеології (Л. Г. Авксентьев, В. М. Мокієнко, Ю. Ф. Прадід, О. І. Смирницький та ін.) фразеологізмом вважають лише ті звороти, які в семантичному відношенні рівнозначні слову або словосполученню.

У роботі спираємося на відомі дослідження (В.Л.Архангельський, О.С.Ахманова, Р.Н.Попов, Л.Г.Скрипник, В.М.Білоноженко, І.С.Гнатюк та ін.), що розглядають фразеологію в «широкому» розумінні слова, погоджуємося з її поділом на центральні й периферійні компоненти (В.Д.Ужченко) і зараховуємо до складу фразем сучасної української мови ідіоми, фразеологічні єдності, стійкі фразеологічні сполучення та вирази, прислів'я, приказки, крилаті слова й вислови, стійкі метафоричні сполучення та порівняння. Як рівнозначні робочі терміни вживаємо *фразема*, *фразеологізм*, *фразеологічна одиниця (ФО)*, *стійке словосполучення*.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз наукової літератури засвідчує, що проблема жаргонних фразеологічних одиниць, зокрема структурно-граматичний аспект та структурно-стилістичний на сучасному етапі недостатньо вивчена, що зумовлює актуальність нашого дослідження. Вирішенню зазначеної проблематики сприятиме глибше дослідження жаргонних фразеологічних одиниць у сучасних засобах масової комунікації.

Постановка завдання. Відтак, нашим завданням є: описати структурно-граматичні типи та роль фразеологізмів у побудові публіцистичних текстів; розкрити експресивно-оцінний потенціал жаргонних фразеологічних одиниць у засобах масової комунікації.

Виклад основного матеріалу. Як показав аналіз зібраного матеріалу, фразеологічні одиниці жаргонного характеру в мові засобів масової комунікації утворюють неоднорідний пласт одиниць, вони розширили сферу свого функціонування і широко використовуються у публіцистичному стилі.

Мовний стиль публіцистики охоплює досить широкий діапазон життєвих сфер та комунікативних форм мовлення, які можуть у ньому фігурувати, а також насичений великою кількістю відтінків емоційного забарвлення. Жаргонні фразеологізми характеризуються досить виразною специфікою системи лексичних засобів і в тому числі особливостями жаргонної фразеологічної системи.

З точки зору структурно-граматичних характеристик серед жаргонної фразеології виділяємо три групи мовних знаків: 1) фразеологізми-речення; 2) фразеологізми – стійкі сполучення слів; 3) фразеологізми-словоформи. Фразеологізми-речення – порівняно невелика група стійких сполучень слів. Прикладами жаргонних фразеологізмів-речень, є такі одиниці, як *базару немає* – уживається як знак згоди з кимось [12, с.42], наприклад: «**Базару нема, — каже директор. —Тримаємося купи**» («Високий замок», 19.04.18); *дах їде* – хтось божеволіє, втрачає здоровий глузд та самоконтроль [12, с.117], напр.: «У багатьох кінематографістів у 80-х як **дах поїхав**, так досі й не повернувся» («День», 16.08.2015); *Та коли він демобілізувався, то «дах поїхав»*. Почав випивати і дебоширити («День», 01.06.2018); «Саакашвілі – про Генпрокуратуру: В них узагалі **дах поїхав!**» («Новинарня», 26.05.16); «Нормальна людина на журналіста б не напала. У неї **дах поїхав**. Тому вона бере і нападає на журналістів», – заявив Ляшко в кулуарах ВР» («Новинарня», 20.11.18).

Жаргонні фразеологізми – ефективний засіб гумору та сатири. Проте тут вони, не втрачаючи власного специфічного стильового забарвлення, набувають нових стилістичних функцій, пов'язаних з основною настановою публіцистики – бути засобом образності і виразності.

У більшості випадків жаргонні предикативні фразеологізми побудовані за моделлю двоскладного речення, наприклад: *жаба давить* – про стан заздрості [12, с.135]. У засобах масової комунікації зустрічаємо: «Розумію, що дехто не проголосує з політичних причин, бо *жаба давить*... А чого *жаба давить*? Бо у нас вийде. Ми реально зробимо зміни в країні. Я в це щиро вірю», – заявив Гройсман. («Новинарня», 20.10.16); «Поміняли свою квартиру, дві, на частину будиночка... І що, тебе *жаба задавила*?... – конфлікт Піскуна і Лещенка» («Цензор», 13.05.16). Жаргонний фразеологізм як *карта ляже* – про невідомий і невизначений результат справи; як буде, наприклад: «...суть «плану Авакова» – йти маленькими кроками, реінтеграцію й деокупацію проводити точково, а потім – як *карта ляже*, як час покаже» («День», 15.06.18); «.. дієвими й істотно наростити рейтинг обраному Кремлем кандидату – чи то перед першим, чи то перед другим туром, як *карта ляже*» («День», 21.03.2019); «Фірми, яким важливо схопити своє сьогодні, а там — як *карта ляже*, явно готують все для того, щоб не розлучатися з грошима якомога довше» («День», 18.01.2015).

Найбільшого поширення в мові засобів масової комунікації набули жаргонні фразеологічні одиниці, що мають структуру словосполучення. Серед морфологічно змінюваних фразеологізмів-словосполучень можуть бути виділені двокомпонентні, трикомпонентні і багатокомпонентні звороти. Вони несуть сатирично-іронічний ефект, який значно посилюється, спрямовуючи закладену потенційну гумористичну силу в потрібному їм напрямі. Наведемо приклади таких контекстів: *картина маслом* – здивування, дивовижне видовище, наприклад: «Реакція – *«картина маслом*»: – «Мобільна кухня» – це ж «заклад громадського харчування»! Потрібні сертифіковані кухарі, а в нас нема» («Новинарня», 22.03.17); «В «опоблоківця» Балицького – ще крутіша *«картина маслом*». І 21 мільйон гривень готівкою у сімейному загибелі чи три розкішні авто в гаражі...» («Високий замок», 02.06.18); *вішати лапу на вуха* – обманювати, брехати [12, с. 200]: «Він сказав буквально таке: «Ви вибачте, але нам просто

відверто вішають на вуха лапшу. І ми повинні все це проковтнути» («День», 10.04.16); *«...вони теж можуть служити непоганим мірилом мистецтва вішати ближньому лапшу на вуха»* («День», 26.03.17); *«Хоча Аваков по телебаченню кричить, що головне — це довіра людей до поліції. Створює гарну картинку. А насправді «лапшу» вішає на вуха...»* («Високий замок», 26.09.18).

Використовуючи морфологічну класифікацію, подану М. Ф. Алефіренком [1], жаргонізовані фразеологізми у мові сучасної преси поділяємо на:

1. **Субстантивні** (іменникові) – фразеологізми з узагальнено-предметною семантикою, вираженою граматичними категоріями роду, числа й відмінка: *дохлий номер* (безперспективна справа): *«...як сказали б вони вам самі: «До речі, спробуйте таких переконати, що на Сході йде не братовбивча громадянська війна, а справжня війна з російським агресором. Як сказали б вони вам самі: «Не парьтесь, це дохлий номер»* («День», 14.06.17); *неадеквати* (не відповідає ситуації і очікуванням людей): *«Безумовно, в кожній країні є свої неадеквати, готові за гроші або абсурдні ідеї воювати і вбивати на чужій землі»* («Україна молода», 15.01.17); *«Його цураються – ні, не як грізного варвара, а як неадеквата, від якого можна чекати чого завгодно. Саме цю відстороненість наш герой»* (24.04.19); *«Людей доводять до істерики, а потім насміхаються з них, як з неадекватів. Саме в такому вигляді, як загрозу, виборців Порошенко»* («Україна молода», 10.01.18).

2. **Ад'єктивні** (прикметникові) – фразеологічні одиниці, які мають категоріальне значення атрибутивності, здатність виражати статичну ознаку предмета, наприклад, *багатий Буратіно* (про людину, яка нерозумно витрачає гроші на свої забаганки): *«Чи то багатих Буратіно у нас не надто багато, чи то вони зовсім не квапляться рекламувати вміст своїх гаманців»* («День», 10.01.18).

3. **Дієслівні** – фразеологізми з узагальненою семантикою процесуальної ознаки, вираженої в дієслівних граматичних категоріях виду, стану, способу, часу, особи: *брати на понт* – діяти щодо когось, у тому числі й на слідстві, погрозами, залякуванням [12, с. 267], наприклад: *«Зе!посадовці мають звичку, висловлюючись їхнім же сленгом, **«брати на понт»**, тобто по-шахрайськи дурити публіку. В результаті дурають самі себе»* («Високий замок», 15.08.19); *«Іншою мовою це називається: **брати на понт**. Тобто він постійно шантажує Захід ядерною війною...»* («День», 17.04.18); *понти колотити* – брехати [там само]: *«... але нахабство – друга натура, і взявся за старе: лохів брати на понт... із Вашингтона сам краще за інших знає, що таке **понти колотити**»* («День», 03.03.18); *«А хочеш «понти колотити» на 6-літровому Cadillac Escalade, маєш гроші на пальне для нього, тоді сплати 6 000 євро за його розмитнення», – вважає Олег Назаренко»* («24 канал», 22.07.19); *забивати мозок* (завантажувати співрозмовника непотрібною інформацією): *«...надто сирий маю текст, гадаю, попереду будуть солідні зміни, тож не хочу нікому **забивати мозок** зайвою інформацією»* («День», 04.03. 16); *нести (гнати) пургу* (говорити дурниці): *«Вона почала свій звичайний репертуар про олігархів, **нести** якусь «пургу»... Усі вони на РНБО елементарно здрейфили, побоялися»* («День», 04.03.16); *«Ось і продовжують російські пропагандисти **гнати** відверту пургу в ефір. Раптом хтось повірить»* («День», 22.01.16); *ботати по фені* – говорити на жаргоні, близькому до кримінального [12, с.338]: *«Народний депутат кричав, що Шерембей «**по фені тут ботає**», а телеведучий — що «наркоман нам будет рассказывать»* («День»,19.04.2018); *«У цьому матеріалі вистачало маніпуляцій та «**ботання по фені**», але один із місцевих синхронів виділився особливо»* («Україна молода», 26.12.17); *врізати дуба* (померти): *«Потім займався покрівлею дахів. Було надзвичайно важко: спека +40, гаряча смола, мало **дуба не врізав**»* («Високий замок», 17.08.18); *випасти в осад* – дуже здивуватися несподіваності того, що відбувається [12, с. 244]: *«І в них усе, крім, так би мовити, політики, тобто російсько-західна конфронтація в*

*Сирії і ядерні та інші перспективи випали в осад» («День», 18.10.16); включити задній хід (передумати, втікати): «Перед правом сили людина, раптово стала **включати «задній»** хід, тож інформацію доводилося вибирувати буквально по крупницях» («День», 15.12.15); настригти бабла (заробити): «...працює лише під вибори і може, звісно, **настригли бабла**, а що потім робити?» («День», 05.02.19); потрапити під роздачу – бути побитим; зазнати покарання [12, с. 288]: «Так само Сергій Лещенко був в Америці під час Майдану — можливо, це добре, бо міг би **потрапити під роздачу** під час визвольної» («День», 14.06.16); «Першими **під роздачу потрапили** йогурти. За словами журналіста, те, що пишуть виробники на упаковках – суцільна реклама» («День», 28.08.15). Жаргонні фразеологізми характеризується своєрідністю і яскравою виразністю. Вони є найвагомішими засобами у системі публіцистичного стилю, адже наділені великою виразово-емоційною силою.*

У сучасній пресі серед актуальних жаргонних фразеологізмів за структурою переважають двохкомпонентні фразеологізми, в яких ще гострішою стає іронічна експресія. Різна експресивна сила жаргонних фразеологізмів найкраще виявляється при зіставленні контекстів, у які вони включаються: *по барабану* – відсутність інтересу, байдужість до чого-небудь [12, с. 47]: «*Все-таки РФ **по барабану**, хто стріляв по журналістам, – зазначив Новіков*» («День», 10.02.16); «*У цьому він напевно що суголосний своєму поколінню, проте навіщо тоді вести церемонію вручення премії українським кінематографістам, які тобі особисто «**по барабану**»? І потім — тим самим гасився пафос самого заходу...*» («День», 25.04.17); *до фені* (до сідниці): «*Язик їм **до фені**. У них свій язик і особливий статус. Це ж Донбас!*» («День», 23.05.15); *в натурі* – у функції вставного слова «справді», наприклад: «*Вже понад півроку на Волині існує проблема незадоволення тим, як було визначено «**в натурі**» і на картах державний кордон між*» («День», 14.06.16); «***В натурі** ці землі «історико-культурного призначення» являють собою луги з древніми валами*» («День», 06.10.15); «*Вже понад півроку на*

Волині існує проблема незадоволення тим, як було визначено «**в натурі**» і на картах державний кордон між Україною і Білоруссю» («День», 14.06.16); на халяву – безкоштовно, за чужий рахунок [12, с. 348]: «Вони не рятувалися від війни та голоду (для цього можна було осісти в Туреччині, Єгипті чи Болгарії) – вони прагнули туди, де можна поменше працювати й побільше мати **«на халяву»**» («День», 25.09.17); «Торік допомогти театру взявся благодійний фонд Ігоря Палиці «Новий Луцьк»: на 150 тисяч було придбано просто шикарних костюмів для однієї з вистав, фонд оплатив квитки на п'ять вистав, і зал був повний. Але і з таких вистав **«на халяву»** люди йшли» («День», 23.03.16); під кайфом – отримувати задоволення, насолоду від дії наркотичних речовин [12, с. 163]: «На Київщині патрульні зі стріляниною зупинили машину, яку вела жінка **«під кайфом»**» («Новинарня», 24.05.18); питань немає (вживається як знак згоди з кимось): «Тобто з призначенням посла **питань немає**», – сказав П.Клімкін журналістам в Ужгороді в суботу» («День», 13.10.18); «З боку уряду жодних проблемних **питань немає**» («День», 04.10.17); в принципі – (вживається у функції вставного слова), наприклад: «Звідки «ноги ростуть» у цього вкиду – **в принципі** ясно» («Новинарня», 28.05.18); з-під палки (з примусу): «Одне із правил, яким керуюся в його вихованні, — не змушувати сина щось робити, що називається, **з-під палки**. Він сам читає чимало» («День», 02.11.10); «Прокуратура **«з-під палки»** відкрила кримінальну справу» («День», 04.11.15); на гарячому – жаргонізм «гаряче» був сигналом тривоги і небезпеки у злочинців, наприклад: «Вчора ввечері у Дніпровському районі працівники столичного карного розшуку спільно із спецпризначенцями на **«гарячому»** затримали цих правопорушників, які знову здійснили напад на гральний заклад», – сказав голова Національної поліції України Вадим Троян (iPress.ua, 06 01.17); «Всіх учасників злочинної групи затримано **«на гарячому»**, в порядку ст. 208 Кримінально-процесуального кодексу України, під час передачі грошових коштів за отримані сексуальні послуги (iPress.ua, 06 01.17).

Висновки і перспективи останніх досліджень. Таким чином, явище жаргонної фразеології знаходить досить широке застосування у засобах масової комунікації. Жаргонні фразеологічні одиниці збільшують експресивну силу висловлювання, урізноманітнюють виклад, забезпечують досягнення потрібного стилістичного виразового ефекту.

Жаргонні фраземи вживаються переважно у текстах соціально-політичної, економічної, військової тематики, вони є вдалим засобом гострої образної характеристики тих чи інших негативних рис і властивостей героїв публікацій. Такі фразеологізми, як правило, з великою емоційно-експресивною силою засуджують негативні риси – егоїзм, жадібність, цікавість, настирливість, саме вони розповсюджують і закріплюють в мові публіцистики розмовні конструкції.

Велика кількість жаргонних фразеологізмів виходять за межі жаргону і переходять у фонд загальноживаної фразеології, широко функціонуючи в усному вжитку та засобах масової комунікації. Кожен з них підпорядкований певній авторській настанові і несе в собі певне стилістичне навантаження.

Питання про взаємовплив стилістичних компонентів різних функціональних типів і жанрів літературної мови та інтенсифікацію процесу жаргонізації мови і мовлення у сучасних засобах масової комунікації залишається відкритим і потребує подальшого опрацювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Алефиренко Н. Ф. «Живое» слово: Проблемы функциональной лексикологии [Электронный ресурс]: монография. 2-е изд., стер. М. : ФЛИНТА, 2014. 344 с. – URL: [http://www. twirpx.com /file/1720774/](http://www.twirpx.com/file/1720774/)
2. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: Учебное пособие для студентов вузов. М. : Логос, 2001. 304 с.
3. Ермакова О. П. Слова, с которыми мы все встречались. Азбуковник, 1999. 273 с.

4. Коць Т.А. Мовні смаки і сучасні тенденції у загальнолітературній нормі (на матеріалі газет 90-х років). *Культура слова*. 1998. Вип. 51. С.44 – 52.
5. Кочукова Н.І. Трансформовані словосполуки в мові української преси (на матеріалі української преси кінця ХХ – початку ХХІ століття). К.: Унів. вид-во “Пульсари”, 2005. 165 с.
6. Крысин Л. П. Активные процессы в литературном языке. Современный русский язык: Активные процессы на рубеже ХХ – ХХІ веков / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. М. : Языки славянских культур, 2008. С. 13–29.
7. Мамалига А.І. До питання про структурно-семантичні зміни фразеологізмів у мові газети. *Укр. мовознавство*. К., 1973. Вип.1. С.72 – 79.
8. Никитина С. Е. Типы языковой оценки в народно-поэтических текстах. *Русский язык*. Проблемы грамматической семантики и оценочные факторы в языке. М. : Наука, 1992. С. 89-103.
9. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови: Підручник. К.: Либідь, 1993. 248 с.
10. Сербенська О.А. Трансформація фразеологічних одиниць у мові газети. Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. 1978. Вип. 10. С. 72 – 77.
11. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. К., Наукова думка. 1973. 280 с.
12. Ставицька Л. Український жаргон. Словник: Містить близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень. К. : Критика, 2005. 496 с.
13. Стернин И. А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца ХХ века. Воронеж, 2004. 72 с.
14. Третяк Н.В. Експресивний потенціал жаргонної фразеології. *Наукові записки НДУ ім. М.В. Гоголя*. С. 40 – 43.