

Левченко Т. М.

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЖАРГОНІЗМІВ ТЕМАТИЧНОЇ ГРУПИ «ОЦІНКА. ЯКІСТЬ» У СУЧАСНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

У статті зазначено, що вивчення субстандартної лексики є надзвичайно актуальним у сучасній лінгвістиці, адже соціолекти – надзвичайно мінлива підсистема мови, що характеризується відкритістю, ненормативним характером словника, а також є своєрідним показником рівня інтелектуального розвитку, інтересів, ціннісних орієнтирів і потреб сучасного суспільства.

Зафіксовано, що високу ступінь частотності в українських засобах масової комунікації мають жаргонні одиниці, що позначають оцінку та якість. Констатовано, що саме вони допомагають сфокусувати увагу читачів на певних негативних реаліях, які відбуваються в сучасному суспільстві, політиці, економіці тощо. На широкому фактичному матеріалі доведено, що жаргонізми найчастіше функціонують у публікаціях, присвячених політиці, економіці, кримінальній тематиці, виборам. Зазначено, що журналісти, часто не змінюючи семантичного значення, використовують жаргонну лексику тематичної групи «Оцінка. Якість» із негативною конотацією для відтворення колориту соціального середовища, опису реалій сьогодення. Охарактеризовано означену тематичну групу як складник жаргону та способи її функціонування в структурі мовної дійсності. З'ясовано основні причини використання жаргонізмів на сторінках українських засобів масової комунікації, а також те, що найчастіше аналізована лексика тематичної групи «Оцінка. Якість» є вираженням не тільки інформативності, номінативності, а й негативної експресії в публіцистичних текстах.

На фактичному матеріалі розглянуто проблеми семантики й експресивності жаргонної лексики; обґрунтовано теоретичні засади дослідження жаргонних одиниць, пов'язаних з експресивністю, емоційністю, оцінністю; з'ясовано роль конотативного, денотативного та образного макрокомпонентів у формуванні експресивних планів жаргонних одиниць.

Відповідно до результатів дослідження, зроблено висновок, що більшість жаргонізмів часто використовують у публікаціях суспільно-політичної тематики. Окрім того, жаргонні одиниці задовольняють потреби сучасної преси в експресії та оцінюванні подій і явищ, адже саме вони є засобом приваблення уваги читачів. Журналісти активно й часто недоречно користуються жаргонізмами, намагаючись установити контакт із читачами.

Ключові слова: жаргон, оцінка, якість, експресія, субстандарт, мова засобів масової комунікації.

Постановка проблеми. В українській лінгвістиці зазначена проблема досліджується і трактується в різних підходах, зокрема окремі аспекти функціонування субстандартної лексики в публіцистичному стилі стали об'єктом вивчення багатьох лінгвістів (О. М. Береговська [1], Л. Т. Масенко [2], Є. В. Митрофанов [3], В. М. Мокієнко [4], Т. Г. Нікітіна [4], Л.О. Ставицька [5], Н. В. Третяк [5] та ін.).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукової літератури засвідчує, що проблема вживання жаргонної лексики в засобах масової комунікації на сучасному етапі недостатньо вивчена, що зумовлює актуальність дослідження. Актуальність теми увиразнює відсутність єдиного погляду на цілий спектр теоретичних питань, що стосуються природи, структурної організації

та функціональних ознак різноманітних субстандартних одиниць.

Постановка завдання. Отже, нашим завданням є диференціювати жаргонну лексику тематичної групи «Оцінка. Якість» у мові засобів масової комунікації та визначити її роль у побудові публіцистичних текстів; з'ясувати функціонально-стилістичні можливості жаргонізмів.

Функціонування субстандартної лексики в різних сферах масової комунікації приваблює увагу як сучасних лексикологів, так і лінгвістів, які досліджують мову засобів масової комунікації. Соціолекти є частиною української мови, що найдинамічніше розвивається, оскільки в ній відображається життя суспільства й усі ті зміни та процеси, які супроводять формування нації як частину суспільства. Відповідно до цього, спостерігаємо

багатоплановість у вивченні субстандартної лексики, здатної відображати актуальні процеси в українській мові.

Нині спостерігаємо інтенсивний вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на літературну мову, що призводить до змін на всіх її рівнях. Їх дія на сучасну літературну мову настільки виходить за межі усталених мовних процесів, що не може не привертати увагу лінгвістів.

Проникнення жаргонізмів у мову засобів масової комунікації спричинене передовсім їх експресивністю, бажанням автора яскраво викласти думку, загострити увагу читача на конкретних реаліях суспільно-політичного, економічного, культурного та іншого життя. У такому разі реакція читача є основною метою комунікації, яка свідомо запрограмована, тому всі використані засоби мають бути задіяні для її реалізації.

Специфічність уживання цієї лексики полягає в можливості негативно оцінювати людей, процеси, події або явища, що допомагає зацентувати увагу читачів на певних негативних реаліях, які відбуваються в сучасному суспільстві, політиці, економіці тощо.

Виклад основного матеріалу. Відразу зазначимо, що в тематичній групі «Оцінка. Якість» переважають негативні значення й оцінки людей – зневага, презирство та осуд. Проаналізуємо жаргонізми, на які досить часто натрапляємо в мові засобів масової комунікації.

Жаргонне слово *вишибала* називає особу за трудовою діяльністю й означає «вигонити нетверезих відвідувачів». Жаргонізм утворений від дієслова рос. *вышибать* за допомогою суфікса *-л-* (а), який надає розмовним словам глузливості, іронії та ознак за виконуваними функціями, діяльністю, родом занять. Оцінка, що міститься в значенні слова, пейоративна, виражає не престижність цього виду трудової діяльності та відображена в публіцистичних текстах, напр.: «**Вишибали** у чернечих рясках з портретами чужих дідів... Карнавал» («Українформ», 10.09.2019); «**Мафіозі** почали використовувати спортсменів в барах та ресторанах в якості **«вишибал»**, коли велись переговори про тіньові обладки» («Радіо свобода», 10.05.2016).

Усне мовлення українських територій, прилеглих до Польщі, насичене полонізмами. Через представників цих територій і польських злочинців до арго потрапила низка польських слів. Варто зазначити, що лексеми запозичені як із польської загальнонародної мови, так і з польського арго. Саме з польської мови запозичена лексема *жлоб*, що позначала людей за соціальною, професій-

ною таї психологічною характеристикою (польск. *zlób* – *жело́б*; *яслі, кормушка для скота*) – селянин. У словнику Л. О. Ставицької жаргонізм *жлоб* має три значення: 1. *крим., мол., жрм.* Скупа, жадібна людина. 2. *крим.;* *зневажл.* Селянин. 3. *мол.;* *несхвальн., зневажл.* [5, с. 136]. У текстах сучасної публіцистики вживання арготизму *жлоб* є частотним, його використовують для оцінювання скупой, жадібної людини, напр.: «*Проте, як **жлоб** знищує нашу історичну пам'ять ... поширили картинку розбитої вітрини і шин біля магазину **Жлоба**, який знищив графіті*» («День», 17.05.2017). Уважаємо, що лексема вживається як засіб деперсоналізації особи, її дискредитування, з метою неприємно вразити.

Жаргонізм *доходзяга* – 1. *тюр.* Ув'язнений, доведений до крайнього ступеня виснаження; 2. *крим., жрм.* Виснажена людина [5, с. 127]. Сучасні публіцистичні контексти розширили семантичну структуру слова, напр.: «*Ті машини, що залишилися, вже давно **«доходзяги»**. А на конкурс потрібні нові великогабаритні автобуси з GPS-навігацією*» («Високий Замок», 03.10.2018); «*Немає такого, що десь лікар щось підремонтував сам, щось зробили, на скільки грошей дали, а там, де пільговиків приймають, – і машина – **доходзяга**, і стіни облуплені*» («Україна молода», 06.02.2018); «*Ось куди йдуть наші податки – на розслідування таких, з дозволу сказати, **«справ, от, уміють же працювати доходзяги ... в погонах!»***» («Апостроф», 11.08.2018). Отже, жаргонізм «відірвався» від використання в первинному значенні та перемістився в тематику економічного й політичного життя країни.

Жаргонізм *піжон* зафіксований у двох значеннях: 1. Жертва злочинця або шулера; 2. Людина, яка намагається чимось виділитися [4, с. 434]. У сучасній публіцистиці лексема функціонує в другому значенні, напр.: «*Атлет-легенда банально **«проснав»** старт, а фінішував без звичної легкості й манерності (Болта навіть називали **піжоном**, бо на фініші, залишивши суперників далеко позаду, припиняв бігти на повну швидкість)*» («Високий Замок», 09.08.2017); «*Коли читаю, що ГПУ, НАБУ чи САП планують комусь оголосити підозру, гостро відчуваю, що слідства в Україні нема. **Піжони**, фанфарони, гучні заяви і – великий **«пишик»***» («Україна молода», 17.02.2017). У сучасній публіцистиці фіксуємо складні слова з частиною *піжон*, за допомогою якої виражена негативна оцінка політичних діячів, напр.: «*Поки колеги вигулюють нові бікіні зі стразами і плавки от кутюр, Борислав Розенблат обкатує аксесуар, якого навіть у найбільших парламентських*

піжонів-модників немає» («Високий Замок», 24.07.2017). Відібрані речення, містять у складі лексичні одиниці пейоративного характеру, у яких за допомогою жаргонізму *піжон* і його похідних розкриваються негативні риси описуваних героїв публікацій чи характеристика певних предметів.

Оцінне значення фізичних якостей людини з пейоративною характеристикою має лексема *амбал* – фізично сильний, високого зросту чоловік [5, с. 35]. Жаргонізм утворений від лексеми *амба*, що означає вбивство, кінець безвихідного становища. У мові сучасної публіцистики лексема набула нейтральності та означає «фізично сильного, високого зросту чоловіка», напр.: «*На амбалів спускається клітка. Вони метушаться в ній, ніби призовники першого року на армійських тренажерах*» («День», 09.09.2016). Фіксуємо жаргонізм і у власній назві, що також підкреслює розміри транспортного засобу, пор.: «*За даними естонського видання ERR.ee, для перевезення використовується автомобільно-залізничний пором «Амбал», який повинен прибути в Калінінград*» («Дзеркало тижня», 08.10.2016).

Жаргонізм *клікуха*, що значить «клічка», калькований із російської мови й утворений продуктивним специфічним суфіксом *-ух-(а)*, який передає згрубілість, зневагу чи іронію. За допомогою цього жаргонізму автори публікацій оцінюють і характеризують своїх персонажів, напр.: «*Хам – чи не найперша клікуха нашого тодішнього. Вона ж і найпромовистіша*» («Високий Замок», 24.05.2019); «*Скільки дивізій вам дати, щоб цієї Морди не було? Це ж конкретна «клікуха» одного з мовдоротів*» («Високий Замок», 22.08.2015); «*Обізнані люди підказали, що «Буревій» – це клікуха Коханівського, ну а «Руслан», відповідно, це – Руслан Журило, керівник Гірничо-хімічної корпорації та один із підозрюваних НАБУ у справі нарфронтивця Мартиненка*» («Телеканал 24», 19.06.2018).

Жаргонізми *фартовий/нефартовий* – спритний і щасливий чи нещасливий злодій [4, с. 622], досить активно використовують журналісти у виборчій і політичній тематиці, напр.: «*Згадав про колись фартовий для себе округ уродженець Борислава, заступник міністра охорони здоров'я Роман Ілик. На позаминулих парламентських виборах він переміг у 121-му як узгоджений кандидат від об'єднаної опозиції*» («Високий Замок», 03.07.2019); «*Нормальна баба*» («марка» з рекламного ролика надовго причетилася) Оксана Юринець і цього разу балотується. На минулих виборах *фартовою* для неї стала парасолька «БПП» з «УДАРним» відтінком» («Високий Замок», 26.07.2019); «*Ролик «Йдемо*

вперед!» зі самого початку виявився *нефартовим* ні для тих, хто був причетний до його появи, ні для президента» («Високий Замок», 04.06.2018); «*Протягом двох днів – 23–24 вересня – у Вінниці триватиме традиційний «VINNYTSIA JAZZFEST–2017». Цього року він пройде під гаслом «фартовий»*» («День», 17.08.2017). Як бачимо, жаргонізм використовують для емоційності, а звернення журналістів до лексеми *фартовий/нефартовий* закріплює основну ідею матеріалу, дає змогу пояснити ситуацію та наблизитися до читача, стати «своїм».

Л. О. Ставицька жаргонізм *стукач* подає зі значенням «донощик, інформатор» [5, с. 314]. Лексема *стукач* утворилася від арготизму *стукач* – нічний сторож, через те що він стукав у колотушки й так відганяв злодіїв. Спостерігаємо активне функціонування лексеми *стукач* і в сучасних засобах масової комунікації, напр.: «*Якщо раніше вони могли вільно розмовляти на вулицях, то тепер все більше перешиптуються. Цей страх через «стукачів», які працюють на спецслужби Російської Федерації, виявляючи противників окупаційної влади*» («Високий Замок», 21.02.2019); «*Якщо вербував, значить, я такий самий? Виходить, що я агент Кремля, чи хто я є? Там я вербував, там не вербував, та ви розберіться зі своїми стукачами, які несуть невідомо що», – заявив він*» («Високий Замок», 30.03.2018); «*Вирахувати такого стукача була легко. Бо його селили в гуртожиток, де жили іноземці, щоб і там КДБ мав своє око*» («Україна молода», 23.03.2015). Від жаргонізму *стукач* журналісти утворюють нові складні слова та оказіональні одиниці, напр.: «*Як ви думаєте, скільки зараз добровільних помічників-стукачів на патріотичній основі? Знаю, що багато з них їздили до Криму в 2014–2015 роках відпочити*» («Цензор», 18.04.2018).

Жаргонізм *фуфло* – свідомо брехня [5, с. 345]. У мові сучасної преси слово набуває оцінного значення, коли йдеться про щось неякісне, не варте уваги, і функціонує в негативних контекстах, напр.: «*Це все, я перепрошую, фуфло, – переведений з Росії в харківську колонію український політв'язень Литвинов просить про звільнення*» («Цензор», 02.07.2019); «*А тепер один з польових командирів ЛНР відкритим текстом говорить, що все це фуфло, і нічого в степах знайти неможливо і тільки на поставки з РФ вся надія*» («Високий Замок», 28.05.2019); «*За його словами, він встиг ознайомитися з постановою про порушення справи проти Суценка, яку він назвав «фуфлом»*» («Україна молода», 04.10.2016).

Жаргонізм *чмо* – неприємна людина, яка викликає відразу, огиду [5, с. 365] – є одним із поширених

засобів створення експресивного або емоційного забарвлення тексту, адже добір слів, що за своєю семантикою відповідають реаліям, здатні органічно, завдяки власним якостям, викликати неприємні почуття, досить популярні в мові сучасної публіцистики, напр.: «Як влучно підмітив блогер Антон Ходза, це приблизно так виглядає: «Слухай ти, **чмо**, ідіот клінічний, бидло неосвічене, малорос клятий, ненавиджу вас, вонючих зрадників, відморозок кончений, клав я на твою думку, набив би тобі пику, та Інтернет не дає такої можливості, – проголосуй у другому турі за Порошенка, будь ласка. Треба країну рятувати» («Високий Замок», 03.04.2019); «Мені було років 14, коли мене намагалося звалтувати п'яне **чмо**, батьків знайомий» («Високий Замок», 14.07.2016). Часто цей жаргонізм уводиться в тексти з метою вияву авторського ставлення до описуваного та передачі власних почуттів. Окрім того, несе засуджуючу експресію, часто адресатом сприймається як образа.

Негативну оцінку ситуації виражає жаргонізм *кранти*. За словником Л. О. Ставицької, жаргонізм означає «безрадісний кінець чогось, сумні перспективи для когось; крах, безвихідь» [5, с. 188], напр.: «Інакше кажучи, робить висновок масова аудиторія, Путін загрався і догрався. І скоро йому будуть повні **кранти**» («День», 09.11.2015); «**Кранти** будівництву» (заг.) («Україна молода», 30.10.2015); «А все тому, що коаліції без нього (Яценюка) – **кранти!**» («Високий Замок», 13.11.2017); «... теперішня влада, на відміну від минулої, йде шляхом політичних репресій; раніше в органах влади працювали кваліфіковані фахівці, а тепер їх виганяють; і, нарешті, без Росії Україні повні **кранти**» («Україна молода», 17.10.2018). Досить часто цим жаргонізмом характеризують політиків, які конкретними рішеннями та діями втратили довіру населення, також описують сферу економіки, що потерпає від бездіяльності тих же політиків.

Жаргонізм *туфта* може позначати як ситуацію, так і предмет. Він трансформувался з кримінального аргю й зафіксований у словниках із такими значеннями: 1. *крим.* Гра в карти без грошей; 2. *крим.* Вид шахрайства, коли під виглядом доброякісних товарів продаються неякісні; підробка або халтура; 3. *крим., мол.; несхвальн.* Вигадка, дурниця, брехня [5, с. 330], напр.: «Одеський друг розповів: Спілкувався з двома журналістами-росіянами. Думка така: все, що вам показують, це **туфта**. Немає жодних «зелених чоловічків»; «Лідерка «Батьківщини» Юлія Тимошенко назвала документ **«туфтою»**, а заступник голови фракції «Голос» Ярослав Железняк – «твором». Зазначений жаргонізм

трансформувался до загального жаргону й функціонує в текстах військової та політичної тематики із семою «вигадка, дурниця, брехня».

Лексема *фіга* перейшла з кримінального жаргону, де означала працівника міліції [5, с. 339]. У розмовному мовленні та засобах масової комунікації почала позначати все негативне, від чого необхідно позбутися, чого не може й не має бути. Жаргонізм розширив значення в різних тематичних контекстах, його часто використовують як сталі словосполучення з негативним значенням: *до фіга* (значна кількість, багато), *на фіг* (вигук, що виражає здивування, оцінку), *фіг вам* (несхвальний вигук, що вживають відмовляючи в чомусь), *ни фіга* напр.: «Триндулів отримали вони весело. Лишили нам **до фіга** БК і кілька жмурів», бійці ЗСУ зайшли на покинуту позицію терористів («Цензор.НЕТ», 04.08.2017); «**На фіг** з пляжу!», – Аваков закликав заборонити роботу «Сбербанку» Росії в Україні» («Цензор.НЕТ», 07.03.2017); «Як повідомляє Цензор.НЕТ, на відповідне питання, президент РФ відповів коротко і не дуже дипломатично – **«Фіг їм»**» («Цензор.НЕТ», 17.10.2016); «**Втім**, у досвідченого глядача може виникнути спокуса поморалізувати: мовляв, молодь зі своїм поп-корном **ни фіга** не знає про велику і дуже смішну антиутопію Георгія Данелії» («День», 17.04.2016).

Жаргонізм *лузер* активно вживався в мові комп'ютерників, а згодом перейшов у загальний жаргон, мову сучасної преси та має значення «невдаха». Інтенсифікація оцінного значення за рахунок експресивності досягається тим, що в семантиці лексеми *лузер* – той, кого постійно переслідують невдачі, невдаха [4, с. 324] – на перший план виходить конотація – експресія й оцінність, напр.: «Трамп назвав організаторів теракту в Манчестері **«лузерами»**: Світ має об'єднатися. Цю злу ідеологію потрібно повністю знищити» («Цензор.НЕТ», 23.05.2017); «Те, що політичний **лузер** Саакашвілі пішов у відставку, – єдина можливість для нього зберегти обличчя», – Ляшко («Цензор.НЕТ», 07.11.2016). Жаргонізм *лузер* розширив семантику в контекстуальному наповненні, адже характеризує негативно політиків, взаємостосунки представників влади, комерційних структур. У засобах масової комунікації фіксуємо і складні слова з частиною *лузер*, що використовують автори свідомо і цілеспрямовано для інтенсивної негативної оцінки, пор.: «Путін любить возити до себе як весільних генералів **політиків-лузерів** з минулого» («Цензор.НЕТ», 17.06.2016). Від жаргонізму *лузер* утворився похідний збірний жаргонізм *лузерство*, що викликає в читачів негативні асоціації, які зазвичай доповнюються

контекстом, напр.: «... якщо воно значитиме переїзд до іншого штату, поганий клімат, розірвані стосунки, бо так просто не роблять, це ж якесь лужерство» («День», 14.09.2018); «...популярний мультгерой Бубка Гон – гомосексуаліст, а телепупузики – гіпноізують українських дітей, програмуючи їх на лужерство» («День», 26.01.2017).

Висновки і пропозиції. Отже, жаргонізми тематичної групи «Оцінка. Якість» широко використовують українські засоби масової комунікації в публікаціях про політику, владу, економіку, економічні злочини, кримінал, вибори тощо. За допомогою цих слів автори демонструють власне ставлення щодо подій і явищ, які відбуваються в країні й у світі, а також оцінюють діяльність героїв публікацій, і часто ця оцінка є негативною. Характерними для аналізованої тематичної групи

жаргонізмів є процес розширення семантики слова й елементів значення, у яких міститься вказівка на належність денотата до криміналу. При цьому жаргонні одиниці, що функціонують активніше, утрачають свою новизну й експресивність.

Іншою семантичною особливістю більшості жаргонних одиниць є те, що вони називають пейоративні дії чи стани. Виражаючи негативну оцінку, жаргонізми надають мовленню не тільки згрубілого характеру, а й часто саркастичного, іронічного, вульгарного, фамільярного характеру, адже значно знижують образ об'єкта оцінки так, що при підтримці інших засобів контексту ефект від їх уживання межує з мовленнєвою агресією. Питання про функціонування жаргонізмів у мові засобів масової комунікації залишається відкритим і потребує подальшого опрацювання.

Список літератури:

1. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование. *Вопросы языкознания*. 1996. № 3. С. 32–41.
2. Масенко Л. Т. Нариси з соціолінгвістики. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2010. 243 с.
3. Митрофанов Е. В., Никитина Т. Г. Молодежный сленг: Опыт словаря. Москва, 1994. 340 с.
4. Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русского жаргона. Санкт-Петербург : Норинт, 2000. 720 с.
5. Ставицька Л. Український жаргон. Словник: Містить близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень. Київ : Критика, 2005. 496 с.
6. Третяк Н. В. Жаргонна лексика в друкованих ЗМІ (номінативно-експресивна функція) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2008. 20 с.

Levchenko T. M. FUNCTIONING OF SLANG VOCABULARY IN THEMATIC GROUP “EVALUATION. QUALITY” IN MODERN JOURNALISM

The article notes that the study of substandard vocabulary is extremely relevant in modern linguistics, because sociolects – an extremely variable subsystem of language, characterized by openness, non-normative nature of the dictionary, and is a kind of indicator of intellectual development, interests, values and needs of modern society.

It is recorded that slang units denoting evaluation and quality have a high degree of frequency in the Ukrainian mass media. It is stated that they help to focus readers' attention on certain negative realities that occur in modern society, politics, economics, etc. On a wide factual material it is proved that slang vocabulary most often function in publications devoted to politics, economics, crime issues, elections. It is noted that journalists, often without changing the semantic meaning, use the slang vocabulary of the thematic group “Evaluation. Quality” with a negative connotation to reproduce the coloration of the social environment, the description of today's realities. The mentioned thematic group is characterized as a component of slang vocabulary and ways of its functioning in the structure of linguistic reality. The main reasons for the use of slang vocabulary on the pages of Ukrainian media were found out, as well as the fact that the vocabulary of the thematic group “Evaluation. Quality” is an expression not only of informativeness, nominativeness, but also of negative expression in journalistic texts.

The problems of semantics and expressiveness of slang vocabulary are considered on the factual material; the theoretical bases of research of the slang units connected with expressiveness, emotionality, evaluation are substantiated; the role of connotative, denotative and figurative macrocomponents in the formation of expressive plans of slang units is clarified.

According to the results of the study, it was concluded that the vast majority of slang vocabulary is often used in publications on socio-political issues. In addition, slang units meet the needs of the modern press in the expression and evaluation of events and phenomena, because they are a means of attracting the attention of readers. Journalists actively and often inappropriately use jargon, trying to establish contact with readers.

Key words: slang vocabulary, evaluation, quality, expression, substandard, mass media language.