

*Левченко Т. М.,**кандидат педагогічних наук,**доцент кафедри української лінгвістики та методики навчання
Університету Григорія Сковороди в Переяславі*

НОВІ ВИЯВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗНЕВАЖЛИВОЇ ЛЕКСИКИ У СУЧАСНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

Анотація. Мета статті полягає у з'ясуванні функціонально-стилістичних можливостей зневажливої лексики, що має переважно пейоративне значення у мові засобів масової комунікації.

Дослідження базоване на методиці спостереження, аналізу, синтезу з використанням структурно-описового, контекстуально-семантичного аналізу на тлі лексико-семантичного та стилістичного рівнів мови, що дало змогу вивчити аналізовані лексичні одиниці в текстовому оточенні та окреслити їхню специфіку.

У статті розглянуто одну з важливих мовознавчих проблем функціонування розмовної лексики у мові засобів масової комунікації. Наголошено на тому, що одним із експресивних виражальних засобів у мові сучасної публіцистики є зневажлива лексика. Зазначено, найчастіше у сучасній пресі натрапляємо на зневажливу лексику у текстах політичної, військової тематики, статтях про війну на Сході України. Досить часто за її допомогою характеризують осіб жіночої та чоловічої статі, передають індивідуальний мовний стиль героїв публікацій, їхню соціальну належність, мовну етику. На фактичному матеріалі розглянуто проблеми семантики та експресивності зневажливої лексики; обґрунтовано теоретичні засади дослідження розмовної лексики, яка невіддільна від експресивності, емоційності, оцінності; з'ясовано роль конотативного, денотативного та образного макрокомпонентів у формуванні експресивних планів розмовного мовлення.

Найчастіше зневажливі одиниці мови як засоби експресії та оцінки виражають особисті думки автора, його вподобання, погляди, відчуття, бажання та потреби. Констатовано, що засоби масової комунікації як потужний публічний фактор сприяють не тільки популяризації зневажливої лексики, але й розхитуванню норм сучасної української мови та дифузії.

Засоби масової комунікації завдяки включенню в текст зневажливої лексики розширюють лексичну сполучуваність, поглиблюють стилістичну диференціації слів і виразів. Функціонування розмовної лексики у сучасних медіатекстах можна вважати виправданим лише тоді, коли вона доцільна, зрозуміла читачам, вмотивована, зокрема виступає як стилістичний прийом для мовленнєвої характеристики героїв публікацій чи допомагає у реалізації принципу діалогічного мовлення, що є важливим для встановлення контакту з читачем.

Ключові слова: мова засобів масової комунікації, розмовна лексика, субстандарт, експресія, оцінка, пейоративне значення.

Постановка проблеми. У сучасних умовах демократизації суспільно-політичного життя та лібералізації соціальних засад і моральних принципів український інформаційний простір

знає постійних змін. Це впливає на розвиток мови, зокрема її лексичної системи. У засобах масової комунікації відбуваються такі процеси, як урізноманітнення стилістичних засобів, поява нових лексем, збільшення варіантності мовних одиниць, запозичення слів з інших мов, водночас використання стилістично зниженої лексики, що розхитує норми української мови.

Для мови засобів масової комунікації початку XXI століття характерне широке проникнення розмовної літературної та нелітературної лексики, зокрема зневажливої. Сучасні мовознавці звертають особливу увагу на її функціонування в системі української мови. Актуальність дослідження зумовлена тим, що нині недостатньо вивчене питання функціонування зневажливої лексики, адже вона має складний та неоднозначний статус. Потребує детального вивчення її використання в сучасному медіатексті.

Теоретична значимість полягає у поглибленні відомостей про функціонально-стилістичну спеціалізацію субстандартних лексем, сферою вияву яких є медійні тексти початку XXI століття; у розширенні уявлення про їхні міжтематичні та міжстильові зрушення та зміни, спричинені передусім соціальною динамікою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У мові засобів масової комунікації логічний спосіб переконання взаємодіє з експресивними мовними засобами. У системі засобів посилення експресії чималу роль відіграють елементи розмовного мовлення, серед яких існує значна кількість експресем, тобто мовних одиниць, здатних створювати виразність. Ці експресивні засоби є засобами розмовної мови, тому автори публікацій часто вибирають лексику розмовної мови через великий потенціал виражальних засобів. Функціонування в українській мові розмовної лексики, її роль у тексті та особливості вживання розглядали такі науковці, як С.П. Бирик [1], О.В. Зайцева [2], Б.О. Коваленко [4], Л.А. Коробчинська [5], О.О. Тараненко [8].

Метою статті є з'ясування особливостей функціонування та ролі стилістично зниженої лексики, зокрема зневажливої, у мові засобів масової комунікації початку XXI століття.

Виклад основного матеріалу. Стилістично знижена лексика, зокрема зневажлива, – це засіб експресивізації тексту, його оцінності, підсилення емоційності. У публіцистичному стилі така лексика завжди стилістично маркована, адже будь-яке розмовне слово у мові засобів масової комунікації експресивне, має певний потенціал виразності, що забезпечує повноцінне сприйняття тексту адресатом. Сучасна публіцистика характеризується підвищеною експресивністю, яка досягається, зокрема, потужним впровадженням розмовних слів і словосполучень.

Як зауважує О.М. Тимчук, «за останні роки публіцистика зробила колосальний крок у бік відкритості, можливості висвітлювати життя суспільства, не озируючись на цензуру. Проте соціальні, політичні, економічні процеси нашого часу впливають на пресу загалом і на мову зокрема не тільки позитивно, але й негативно. Свобода слова сприймається як уседозволеність, зняті всі бар'єри та фільтри на шляху проникнення в літературну мову грубої, навіть вульгарної лексики, значної кількості жаргонізмів» [9, с. 36].

Розмовна лексика досить часто використовується в текстах соціальної, кримінальної тематики, в текстах, що відображають протиріччя різних опозиційних партій. Звісно, найбільше емоційно забарвлених слів, зокрема зневажливих, у статтях політичної тематики, у яких оцінюється робота високопосадовців та політичних діячів, часто вона є негативною. Проте, за нашими спостереженнями, немало цих лексем у статтях інших тематичних груп, зокрема в публікаціях про військову службу та війну на Сході України.

Одними з найголовніших ознак сучасних засобів масової комунікації є демократизація публіцистичного стилю й розширення нормативних меж мови масмедіа. Основні емоційні домінанти багатьох текстів сучасних засобів масової комунікації визначаються суспільно-політичними та економічними процесами в суспільстві. У зв'язку з тим, що в останні десятиліття розмовна мова активно впливає на публічну комунікацію, найчастіше емоційно-експресивну оцінку виконує розмовна лексика, зокрема зневажлива.

Серед зневажливої лексики у мові засобів масової комунікації у текстах про війну на Донбасі активно функціонують мовні одиниці *шантрапа*: «зневажл. 1. Пуста, нічевна людина. 2. Пусті, нічемні люди» [7, т. 11, с. 405]; *холуй*: «1. заст., зневажл. Лакей, слуга. 2. перен., розм. Той, хто запопадливо прислужується кому-небудь, плазує перед кимсь» [7, т. 11, с. 123]; *тварюка*: «Збільш.-зневажл. до тварина. // Уживається як лайливе слово [7, т. 10, с. 46]. «У «Десні» його вивчили на водія БТР. Є і бізнесмени, і юристи, і лікарі, і учителі та викладачі вузів. Тож, це люди адекватні і *шантрапи* немає» («Газета по-українськи», 18 січня 2015 року); «А якась *шантрапа* кричала: «Довоювалися?»» («Газета по-українськи», 11 липня 2018 року); «Одержавши від свого пана відзнаку, *холуй* із шкіри пнеться, намагаючись вистужитися, довести свою відданість» («Голос України», 11 листопада 2015 року); «Коли в'їхали у Святогорськ і я побачив український прапор, накинувся на нього, якого, мовляв, милого, ти, *тварюка*, поїхав у цей, а не у протилежний бік» («Високий Замок», 4 липня 2018 року). Вважаємо, що лексеми *шантрапа*, *холуй*, *тварюка* мають негативно-оцінне значення, виражаючи зневажливе ставлення автора до конкретних осіб.

Зневажлива лексика – звичне явище у текстах, присвячених сфері шоу-бізнесу, культури, мистецтва, наприклад, у статтях про культуру натрапляємо на зневажливе слово *холуй*. «Знову українському глядачеві нав'язується мудрий і симпатичний, хоча й грізний, мов бог-громовержець, товариш Сталін. А це – його кінематографічний *холуй* Александров» («День», 3 квітня 2015 року). За допомогою цього слова автор висловлює презирство та зневагу до описуваних осіб. Так, у публікаціях про культуру активно вживаюся лексеми *альфонс*: «зневажл. Коханець, що перебуває на утриманні жінки» [7, т. 1, с. 37]. «У програмі «Зірковий шлях» на каналі «Україна» з ведучими Олександром Скічко та Альоною Вінницькою український співак

Олександр Пономарьов не тільки розповів про своє особисте життя, але й прокоментував чутки про те, що він *альфонс*» («Високий Замок», 1 червня 2016 року); «За фільмом, увагу і турботу отримати можна лише від іноземця, хоча і серед них є різні: *альфонси* і добропорядні кавалери» («Україна молода», 15 січня 2020 року). Лексеми *альфонс* позначають чоловіків, які фінансово залежні від жінок, що в нинішньому суспільстві викликає не лише зневагу, але й осуд. У сучасному медіатексті подекуди функціонують слова, що позначають, зокрема, події: *танцюльки*: «зневажл. Вечірка з танцями» [7, т. 10, с. 36]. «Останній раз коньяк пили на Майдані, коли ще *танцюльки* з Русланою були» («Газета по-українськи», 1 квітня 2014 року).

Зафіксований нами фактичний матеріал переконливо доводить, що зневажлива лексика у мові засобів масової комунікації стає засобом стилізації живої мовної стихії соціуму. Подекуди її вживають задля створення невимушеної розповіді. Серед таких слів виокремлюємо дієслово *теревенити*: «зневажл. Говорити дурниці, нісенітниці // Говорити що-небудь незначне, несерйозне, пусте» [7, т. 10, с. 84]. «Був вечір, ми пили чай із печивом та *теревенили* про життя. І тут хтось із хлопців каже: «Мала, а чого ти катаєшся? Давай до нас на контракт!» («Вечірня Полтава», 6 червня 2019 року); «Присьорбуючи пивасики, а то й щось міцніше, *теревенили* годинами, ображаючись, що не перериваю заради них роботу» («Кримська Світлиця», 20 березня 2020 року). Приклади не лише демонструють невимушену, задушевну розмову, але й надають тексту ефекту зближення з читачем. У текстах різної тематики фіксуємо активне вживання спільнокореневих слів *базіка*: «зневажл. Той, хто любить багато говорити, базікати» [7, т. 1, с. 88]; *базікало*: «зневажл. Те саме, що *базіка*» [7, т. 1, с. 88]; *базікання*: «зневажл. Дія за знач. *базікати*» [7, т. 1, с. 89]; *базікати*: «зневажл. Говорити багато, беззмислово, про щось неістотне, не варте уваги. // фам. Взагалі говорити. // Говорити те, чого не можна розголошувати» [7, т. 1, с. 89]. «Одного дня на сусідній островець приїжджає знімальна група з Голлівуду фільмувати кіно про рибалок, і Джонні Патінмайк (Валентин Судак), місцевий пліткар і *базіка*, озвучує думку» («День», 29 січня 2014 року); «Хто такий Станіслав Чернілевський? Я би сказала – Стасик, *базікало* незупинне, персонаж із мого далекого богемного життя» («День», 20 лютого 2014 року); «Стало занадто багато й іншого: прикрашання, фейків, ілюзій, *базікання*, просто візуального та смислового сміття» («Український тиждень», 29 травня 2017 року); «Телевізор у родині від зовнішньої антени приймає сигнал і ловить лише 32 українські канали. А на них то рекламні паузи хвилин по двадцять, то фільми жахів, то політики *базікають* без зупинки» («Високий Замок», 6 грудня 2018 року). Окрім нероб, негативно ставлення в суспільстві викликають люди, які говорять багато та часто пусте або зайве, звідки впливає негативна характеристика таких осіб.

Не менш поширеними в медіатексті є синоніми до слів *базікало* та *базікати*, зокрема *патакало*: «зневажл. Той, хто любить патакати» [7, т. 6, с. 98], *патакати* «зневажл. 1. Говорити багато про щось неістотне, пусте, не варте уваги; базікати, теревенити. 2. Поширювати брехливі, небажані для кого-небудь або неправильні чутки» [7, т. 6, с. 99]. «Та прикметною була реакція городян: вони відверталися, дехто кривився, наче середа на п'ятницю, але ніхто не зважувався поставити *патакало* на місце» («Голос України», 17 червня 2015 року); «Є журналісти, є професійні журналісти, а є *патакали*. На останніх мені плювати, – ска-

зала Савченко» («Газета по-українськи», 15 вересня 2016 року); «Я не проти того, щоб у нас знімалися російські актори. Якщо вони не **патакають** зайвого і як ті шавки не гавкають у твої бік, то нехай працюють, якщо вони хороші люди» («Високий Замок», 22 лютого 2020 року); «Та якби Ломаченко і його земляки – колеги по ремеслу троху менше **патакали**» («Український тиждень», 6 вересня 2019 року). Зазначені лексеми використовують у текстах про культуру, суспільство, спорт тощо.

Активно функціонує в публікаціях спільнокоренево до слів *патакало* та *патакати* дієслово *розпатакати*: «зневажл. Розголосити якусь таємницю» [7, т. 7, с. 758]. «Якщо малеча комусь **розпатакає** крамольні думки, то... Діти виростили в інформаційній ізоляції, сприймаючи події геноциду «очима агресора»» («День», 16 жовтня 2015 року); «Ось в такі грали ігри: все одно все **розпатакав**, усім, кому можна, розповів, але це й без того зрозуміло» («День», 9 липня 2018 року). Лексеми *базіка*, *базікало*, *базікання*, *базікати*, *патакало*, *патакати*, *розпатакати* в мові сучасних засобів масової комунікації вжиті не тільки для того, щоби зробити текст експресивним та надати оцінку особам чи їхнім діям, але й для того, щоби цими словами, які виділяються на тлі нейтральних, привабити читача.

Натомість зневажливе дієслово *драпати*: «2. зневажл. Швидко відступати, залишати яку-небудь територію» [7, т. 2, с. 407] у публікаціях військової тематики має більш негативну оцінку. «А також, бувало, і «**драпали**» разом. Потім знову наступали» («Високий Замок», 22 червня 2014 року); «Гармати, БТР, повний боскомплект, а **драпали**... і казали, що в них наказ» («Український тиждень», 20 квітня 2017 року). Нерідко від слова *драпати* утворюється лексема з тим самим значенням, але з більш зниженим забарвленням, а саме *драпанути*. «Якби він не **драпанув**, оточення б ніякого не було. Нас взяла у потрібне кільце російська регулярна армія» («Високий Замок», 13 жовтня 2014 року); «Коли зрозумів, куди попав, знову «**драпанув**», але куля виявилась швидшою» («Газета по-українськи», 30 липня 2018 року). Якщо порівнювати лексеми *драпати* і *драпанути*, то слід відзначити, що більш емоційно насиченою є остання.

Стилістично марковані грубі лексеми *шантрапа*, *холуї*, *тварюка*, *солдафон*, *солдафонство*, *солдафонський*, *теребенити*, *базікати*, *базікало*, *драпати*, *драпанути* викликають негативні асоціації та емоції, проте часом вони надають тексту неформальної, дружньої тональності.

Як зазначає Н.І. Зикун, «ніхто не береться спростовувати загальноприйнятту думку про особливий характер друкованого слова, його високий авторитет і впливовість на адресата. Пізніше такого авторитету починають набувати слова на радіо й телебаченні» [3, с. 65]. Масмедіа завжди сприймали як офіційне джерело, тому інформацію вважали перевіреною й доведеною, такою, що не підлягає сумнівам і спростуванню. Проте останнім часом усе більшого обговорення набуває той факт, що журналісти припускаються недбалості у формулюванні мовних зворотів, вживанні штапованих фраз, невиправданості запозичень, а також у наявності помилок та відхилень від мовних норм. У 1985–1991 роки почалося стрімке й докорінне оновлення мови публіцистики. Так, на зміну одноманітності, шаблонізації, офіційності прийшла мовна, стилістична, змістова та ідеологічна різноманітність. Відбулося розхитування мовних норм, чому сприяла відсутність цензури, ідеологічних табу, жорстких стилістичних установок.

Н.І. Зикун зауважує, що «мова знайшла природний і закономірний спосіб власного перетворення, подолання сухості, книжного характеру, офіційності газетних текстів через використання розмовних, просторічних засобів і жаргонізмів, тобто газета звернулася до мовних засобів із зниженою оцінкою, нелітературних лексичних одиниць» [3, с. 46].

На нашу думку, вживання стилістично зниженої лексики у сучасному медіатексті можна вважати виправданим лише тоді, коли воно доцільне та зрозуміле читачам, а також є стилістично вмотивованим, зокрема виступає як стилістичний прийом для мовленнєвої характеристики героїв публікації.

Найчастіше стилістично знижену лексику, зокрема зневажливу, вживають для максимально повного відображення мови головних героїв, щоби підкреслити особливості індивідуального мовного стилю, їхньої соціальної належності, мовної етики. Крім того, використовуючи слова зниженої лексики, автор публікації демонструє власне ставлення до описуваного явища, події чи особи, адже зневажливі слова мають певну оцінку, переважно негативну.

Звісно, оцінка завжди виражає особисті думки автора та його вподобання, погляди й відчуття, бажання та потреби тощо. До ледарів та нероб в українців завжди було негативне ставлення, тому в нашій мові на позначення таких осіб існує немало слів, зокрема *дармоїд*: «зневажл. Той, хто живе на чужий кошт, чужою працею; нероба. // Уживається як лайливе слово» [7, т. 2, с. 212], яке журналісти часто вживають для демонстрації власного ставлення до таких людей. «Простіше всього сказати, що от **дармоїд**, нічого не робить, тільки в Twitter сидить» («День», 20 березня 2017 року). Щоби підкреслити осуд та зневагу до описуваних героїв публікацій, автори можуть доповнювати лексеми означеннями або утворювати складні слова. «А раніше вибір був невеликий – **алкоголік-дармоїд** або дуже сором'язлива домогосподарка» («Дзеркало тижня», 24 вересня 2017 року). Також для підсилення негативної конотації в одному реченні зі словом *дармоїд* вживають слова, які також характеризують людей з негативного боку, зокрема *хам*, *нероба*, *алкоголік*, *наркоман*. «Тому що ти нахабний хам, **дармоїд** і нероба. Я не знаю, дивлячись на твоє відношення, ти нахабний хам, от і все» («Газета по-українськи», 14 липня 2019 року).

Як бачимо, певним зневажливим лексемам притаманне негативне оцінне та експресивно-емоційне забарвлення, що подекуди фамільярно-дружнє або фамільярно-шанобливе. Досить часто зневажлива лексика вживається для невимушеності спілкування та привернення уваги читача.

Висновки. Функціонування стилістично зниженої лексики, зокрема зневажливої, у мові засобів масової комунікації початку XXI століття є одним із важливих її компонентів. Ці лексичні одиниці виконують передусім оцінну та експресивну функції. Окрім того, зневажливі слова, функціонуючи у статтях різної тематики (культура, кримінал, спорт, соціальні відносини й процеси тощо), допомагають у реалізації принципу діалогічного мовлення, що є важливим для встановлення контакту з читачем. Зневажлива лексика виконує роль засобів стилізації неофіційного та невимушеного спілкування, а своєю експресивністю привертає увагу читача. Стилістично знижені слова є одним із найбільш ефективних засобів досягнення експресивності, тому ними часто послуговуються журналісти. Процес розхитування літературних норм відображає вживання у засобах

масової комунікації зневажливої лексики, якою можна принизити, образити адресата. Важливо, щоби вживання стилістично зниженої лексики, реалізуючи авторський задум експресивно-оцінної тональності тексту, не порушувало етичних норм, адже журналіст несе відповідальність за інформацію, яку передає реципієнтам.

Література:

1. Бирик С.П. Усна літературна мова в українській культурі повсякдення. Ніжин : Аспект-Поліграф, 2013. 589 с.
2. Зайцева О.В. Ремарка «фамільярне» у словниках української мови другої половини ХХ – поч. ХХІ ст. *Studia Linguistica*. 2014. Вип. 8. С. 488–494.
3. Зикун Н.І. Культура мови ЗМІ і рівень довіри до медіатекстів. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2012. Вип. 31. С. 63–66.
4. Коваленко Б.О. Стилiстично знижена лексика в мові сучасної української публіцистики : монографія. Кам'янець-Подільський : МОНМС України, Кам'янець-Подільський національний університет ім. Івана Огієнка, 2010. 160 с.
5. Коробчинська Л.А. Лексика розмовної мови. *Питання мовної культури*. 1968. Вип. 2. С. 3–14.
6. Пилинський М.М. Експресивність стилю масової політичної інформації. *Мовознавство*. 1977. № 5. С. 35–46.
7. Словник української мови : в 11 т. Київ : Наукова думка, 1970–1980. Т. I–XI.
8. Тараненко О.О. Колоквізація, субстандартизація та вульгаризація як характерні явища стилістики сучасної української мови (з кінця 1980-х років). *Мовознавство*. 2003. № 1. С. 23–41.
9. Тимчук О.М. Ціннісна переорієнтація суспільства в дзеркалі сучасного публіцистичного стилю. *Культура слова*. 1996. Вип. 48–49. С. 36.

Levchenko T. New manifestations of the functioning of derogatory vocabulary in modern journalism

Summary. To find out the peculiarities of the functioning and the role of stylistically reduced vocabulary, in particular the derogatory in the language of mass media of the beginning of the XXI century.

The research is based on the methods of observation, analysis, synthesis using structural-descriptive, contextual-semantic analysis against the background of lexical-semantic and stylistic levels of language, which allowed studying the analyzed lexical units in the text environment and outlining their specifics.

The article considers one of the important linguistic problems of the functioning of colloquial vocabulary in the language of mass media. It is emphasized that one of the expressive means of expression in the language of modern journalism is derogatory vocabulary. It is noted that most often in the modern press we come across derogatory vocabulary in texts of political, military themes, the war in eastern Ukraine. Quite often it is used to characterize females and males, convey the individual language style of the heroes of publications, their social affiliation, and language ethics. The problems of semantics and expressiveness of derogatory vocabulary are considered on the factual material; the theoretical bases of research of colloquial vocabulary which is inseparable from expressiveness, emotionality, evaluation are grounded; the role of connotative, denotative and figurative macro components in the formation of expressive plans of colloquial speech is clarified.

Most often derogatory language units as a means of expression and evaluation, express the personal thoughts of the author, his preferences, views, feelings, desires and needs. It is stated that the mass media as a powerful public factor not only contribute to the popularization of derogatory vocabulary, but also contribute to the shaking of the norms of the modern Ukrainian language and diffusion.

Mass media, due to the inclusion in the text of derogatory vocabulary expand lexical compatibility; deepen the stylistic differentiation of words and expressions. The functioning of colloquial vocabulary in modern media texts can be considered justified only when it is appropriate, understandable to readers, motivated, in particular, when it acts as a stylistic device for speech characterization of publication characters or helps to implement the principle of dialogic speech, which is important to establish contact with the reader.

Key words: language of mass media, colloquial vocabulary, substandard, expression, evaluation, pejorative meaning.