

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

СУБСТАНДАРТНІ ЛЕКСЕМИ ТЕМАТИЧНОЇ ГРУПИ «ПСИХІЧНІ І ФІЗИЧНІ СТАНИ ЛЮДИНИ» У МОВІ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті порушено питання про вплив мови на життя суспільства, його роль у формуванні світосприйняття сучасного читача, що є надзвичайно актуальними для лінгвістів. Зазначено, що у сучасному світі мова перестала бути тільки засобом спілкування, вона стала інструментом впливу, переконання й маніпуляцій. Зауважено, що українська мова створює реальність, а сферу застосування мови, тематику та мету висловлення визначають істотні характеристики публіцистичного стилю та його основні стилістичні ознаки.

З'ясовано функціонально-стилістичні можливості субстандартної лексики у мові сучасних засобів масової комунікації. Виявлено, що досить часто у публіцистичних текстах натрапляємо на субстандартну лексику тематичної групи «Психічні і фізичні стани людини». Тексти засобів масової комунікації, а також дані тлумачних словників субстандартної лексики підтверджують частотність використання субстандартних одиниць у сучасних українських медіа. На фактичному матеріалі розглянуто проблеми семантики і експресивності аналізованих субстандартних лексем. Доведено, що саме жаргонні одиниці тематичної групи «Психічні і фізичні стани людини» є вдалим засобом гострої образної характеристики тих чи тих негативних рис і властивостей героїв публікацій. Такі лексеми, як правило, з великою емоційно-експресивною силою засуджують негативні риси – агресію, цікавість, настирливість, їх вживають у публікаціях на теми гострих соціальних проблем, влади, політики, виборів, економічної сфери, грошей. Встановлено, що значна кількість субстандартних лексем виходить за межі корпоративних жаргонів і переходить у фонд загального жаргону, широко функціонуючи в усному вжитку та мові засобів масової комунікації. Кожна з аналізованих лексем підпорядкована певній авторській настанові й несе певне стилістичне навантаження.

Акцентовано увагу на тому, що засоби масової комунікації, як потужний публічний фактор, сприяють не тільки популяризації субстандартної лексики, а й закріпленню її в українській літературній мові. Відповідно до результатів дослідження зроблено висновок, що, засоби масової комунікації, завдяки включенню в текст субстандартної лексики сприяють конкретизації значень, розвитку в окремих слів нових значень, розширенню лексичної сполучуваності тощо.

Ключові слова: мова засобів масової комунікації, субстандартна лексика, тематична група «Психічні і фізичні стани людини».

Постановка проблеми. Сучасні засоби масової комунікації – основне джерело вивчення стану розвитку мови на пев-

ному історичному етапі, оскільки саме ця функційна ніша дає змогу простежити механізми складного взаємозв'язку мови, культури, суспільства та особистості.

Масмедійна практика слововживання субстандартних одиниць завжди виявляється на крок попереду найсучасніших словників відповідної лексики. Водночас широке залучення субстандартної лексики до сучасного публіцистичного дискурсу – явище неоднозначне й суперечливе з огляду на процеси пейоризації мови «згори», коли читачі засобів масової комунікації, сприймаючи мову журналістів як еталон, починають наслідувати її. Отже, цілком природно, що українська лінгвістика зосереджена на вивченні соціолінгвальних та соціокультурних чинників активізації використання субстандартних лексем у текстах засобів масової комунікації, аналізі мовної та прагматичної варіативності, а також експресивної, образної функції субстандартних лексем в сучасному публіцистичному дискурсі, з'ясуванні шляхів лексико-граматичного «вротання» субстандартної лексики в систему сучасної української мови.

Для мови сучасних засобів масової комунікації характерна підвищена експресивність. Експресивна функція мови набуває нових проявів у вживанні субстандартної лексики, яка має потужний виразно-емоційний потенціал. Дослідженню цього шару лексики та умов її функціонування в сучасному публіцистичному дискурсі, присвячені численні праці вітчизняних та зарубіжних учених. Незважаючи на велику кількість досліджень субстандартної лексики, її функціональна природа ще до кінця не розкрита, вказана проблема ще не стала предметом спеціального дослідження в українському мовознавстві.

Для мови українських засобів масової комунікації початку ХХІ ст. характерне використання субстандартної лексики, яку фахівці вважають одним із найдискусійніших явищ мовленнєвої культури. Думки дослідників з приводу цього феномену розходяться досить діаметрально.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначені факти наочно актуалізують гостроту проблеми, яка залишається невирішеною протягом багатьох років, а, отже, дає підстави для комплексного вивчення субстандартної лексики як мовного явища в суспільстві. На сучасному етапі теоретичне обґрунтування аспектів субстандартної лексики в українському мовознавстві здійснено Л. О. Ставицькою, стан розвитку окремих соціолектів розглянуто в працях К. Л. Бондаренко, Л. А. Карпець, С. А. Мартос, Т. М. Миколенко, Ю. Л. Мосенкіса та О. С. Фурси, Н. О. Шовгун, І. І. Щур та ін.

Аналіз наукової літератури засвідчує, що проблема субстандартної лексики, зокрема її функціональний, структурно-стилістич-

ний аспекти на сучасному етапі недостатньо вивчена, що зумовлює актуальність нашого дослідження. Вирішенню зазначеної проблематики сприятиме фіксація, тематичне групування й поглиблений аналіз субстандартної лексики в мові сучасної преси.

Мета статті. Отже, наше завдання – диференціювати субстандартну лексику тематичної групи «Психічні і фізичні стани людини» у мові засобів масової комунікації та з'ясувати функціонально-стилістичні можливості цієї лексики.

Виклад основного матеріалу. Розподіл лексики на тематичні групи залишається недостатньо дослідженою проблемою в лінгвістиці, хоча мовознавці неодноразово зверталися до неї. Субстандартні лексеми на позначення психічного стану вживають у мові для того, щоб передати емоційний, почуттєвий, розумовий, інтелектуальний стани, зумовлені впливом навколишнього світу. Використання жаргонізмів на позначення психічного стану слугує для вираження ставлення автора до реальної дійсності, емоцій тощо. За допомогою цих слів описують або оцінюють психічні, розумові якості, психічні відхилення, розумову діяльність тощо.

Уважаємо, що тематична класифікація – важливий етап у дослідженні системної організації субстандартних одиниць. Окрім того, припускаємо, що тематичний аналіз є універсальним методом дослідження субстандартної лексики. Зазвичай тематичні групи мають нейтральні зв'язки в самій групі, вони ґрунтуються на зв'язках предметів, процесів і явищ. Серед субстандартних лексем немало слів, які деталізують особливості дій і станів людей у повсякденній поведінці, фізичні дії людини, а також характеристики мовної поведінки, психічних станів, інтелектуальних дій тощо.

Субстандартна лексика активно проникає в мову засобів масової комунікації, адже її використання викликає реакцію аудиторії та надає текстові емоційно-експресивного забарвлення. Як зауважує Т. А. Космеда, «ефект впливу на читача буде то сильніший, що яскравіший емоційно-оцінювальний заряд публіцистичного дискурсу. За даними психологів, емоційне повідомлення має підвищену ефективність впливу на людину: саме воно, як виявляється, є найбільш інформативним, оскільки репрезентує найбільш повний образ докільця. Воно сприяє притяганню й утриманню уваги аудиторії» [1, с. 159]. Завдяки жаргонним словам як маркерам негативного емоційно-оцінювального впливу відбувається психологічний тиск на читача. Журналісти не лише доносять інформацію, вони впливають на думку читачської аудиторії, формують її.

У принципах класифікації лексики на тематичні групи та у способах встановлення взаємозв'язків між ними відображається певне уявлення про зовнішній світ, створюється своєрідна мовна картина світу. Варто зазначити, що низка субстандартних лексем тематичної групи «Психічні і фізичні стани людини» утворена образним прийомом метафоризації, який ґрунтується на когнітивно спрощеному зіставленні порівнюваних явищ. Зібраний корпус фактичного матеріалу засвідчує низку таких лексем: *зав'язати, відкосити, закосити, замести, занудрити, застукати, ішачити, проколотися, обляпатися, відмитися, полоскати* тощо. У лексемах, що емоційно характеризують дії людей, переважають жаргонізми з пейоративною оцінкою. Саме до таких належить жаргонна лексема *западно* в словнику Л. О. Ставицької зафіксована так: «1. у знач. присл. і *безос.-пред., кому; крим., тюр.; несхвальн.* непорядно, нижче

злодійського кодексу честі. 2. *безос.-пред., (кому); мол.* погано, не варто; неприємно, не подобається. 3. -а, с.; *мол.; несхвальн.* підлість, поганий вчинок. 4. -а, с.; *мол.; несхвальн.* неприємність» [2, с. 149]. Завдяки популярності в усному розмовному мовленні та частому використанню в засобах масової комунікації, жаргонізм нейтралізувався та функціонує в різних тематичних контекстах зі значенням «підлість чи неприємність», напр.: *По-перше, через свою зануреність у зеківську субкультуру, де мати справу з «мусорами» – «западно»* («Детектор медіа», 16.05.2019); *Комітет підтримав проект постанови про «заборону» телеканалам транслювати чемпіонат світу з футболу. От буде «западно», якщо Росія програє, а ми це не покажемо* («День», 06.06.2018); *Незабутні історії – як бойовики запрошують до себе товаришів. Ті відмовляються, бо ж гинути заради \$100 за місяць їм «западно»* («Тиждень», 13.03.2015); *Думки аналітиків щодо справжніх мотивів вояжу Фірташа розділилися. Одні більш ніж вевнені, що олігарх готує «западно» президентові, який постійно говорить про війну з олігархатом* («Високий Замок», 27.11.2015).

Жаргонізм *застукати* має значення «помітити, виявити когось, щось, застати зненацька» [3, с. 213]. Сучасна публіцистика використовує жаргонізм у широкому тематичному спрямуванні, проте переважна більшість контекстів фіксує політичну тематику, напр.: *Богатирьову застукали в дорогому бутіку* («Високий Замок», 15.01.2015); *Західні ЗМІ застукали Порошенка на корупційній угоді з російським олігархом* («Антикор», 08.08.2015); *3 пакетом «Рошен» Симоненка застукали в «Борисполі» перед вильотом у Мінськ* («Антикор», 22.12.2017); *Він перетворився на роздратованого «барина», якого нібито зненацька холопи застукали на чомусь непристойному* («Детектор медіа», 22.01.2019); *Хлопець «застукав» дівчину з коханцем – і зробив селфі* («Українська правда», 02.05.2017). Жаргонізм *застукати* має пейоративне значення, що увиразнює негативний потенціал контекстів і функціонує у значенні, яке зафіксоване словниками.

Потужний емоційний заряд містить лексема, яка виникла в жаргоні внаслідок метафоричного перенесення. Жаргонний зооморфізм *ішачити* означає «тяжко працювати» [2, с. 161], він перейшов із жаргону в усне розмовне мовлення, і його нині вживають в мові засобів масової комунікації, напр.: *А ішачити одному і тягнути всіх невідомо куди було доволі складно. Тому вирішив піти до своєї мрії іншим шляхом: просто поїхав в Лос-Анджелес* («Телеканал 24», 04.09.2018); *Молоді амбітні люди готові ішачити на нього майже задарма, бо він на пальцях пояснює: їхня робота – не вишукувати падло на міських вулицях, а говорити й показувати людям правду* («Детектор медіа», 11.08.2015); *Приїхав як турист, та доводиться ішачити, – розповідає Ігор* («Україна молода», 26.08.2015).

Жаргонізм *ніштяк* має значення «усе гаразд, добре». Його запозичено з циганської мови, де *nyst* – «немає; нічого», водночас цю лексему пов'язують із німецьким (можливо, через їдиш) походженням: *nicht* – «ні» у розмовній мові вимовляється як [nisch] [4, с. 129], пор.: *Куча соціальних ніштяків, на яких ви не розумієтесь* («Економічна правда», 26.12.2015); *Все ніштяк. Звіт уряду Гройсмана у двох словах* («UAinfo», 15.02.2017); *Класифікація депутатів міської ради: бики і ніштяки* («Нескорена нація», 26.07.2019). Аналізований жаргонізм функціонує в текстах різної тематичної спрямованості, зазвичай він виражає позитивну оцінку.

Досить часто жаргонізми передають психічні та фізичні стани людини, які в текстах засобів масової комунікації відтворює жаргонізм *мандраж*. Значення слова *мандраж* – «хвилювання» [3, с. 569], напр.: *...мандраж все сильніше і сильніше. Результатом, звичайно, я задоволена! Все-таки удалося пробігти і встановити особистий рекорд!* («Україна молода», 07.03.2017); *Мандраж і хвилювання звісно є і перед кожним матчем, від суперника це не залежить, але після стірного кидка усе проходить і починається гра* («Ukrbasket.net», 15.04.2017); *Антикорупційний суд викликає у деяких нардепів мандраж і амнезію* («Укрінформ», 15.12.2016).

«Задоволення потреб, отримання чого-небудь за чужий рахунок, безкоштовно» або «щось нікчемне, непотрібне» має значення жаргонне слово *халява*. У сучасній публіцистиці цю лексему використовують у текстах суспільно-політичної тематики, напр.: *Халява закінчилася: українцям істотно зменшать субсидії* («Znaj.ua», 23.01.2018); *З результатів голосування можна зробити висновок, що чернігівці, хоч і брали «халявну» гречку, на подачки не кушилися* («Високий Замок», 27.07.2015). Прикметник *халявний* має значення «безплатний, той, що дістався задарма». Походження жаргонізму *халява*, можливо, пов'язане з трансформацією фразеологізму «на халяву» (*халява* – верхня трубчаста частина чобота, що прикриває литку) [5, Т. 11, с. 15]. В. І. Даль уважає, що походження жаргонізму «халява» пов'язане із ситуацією, коли гості, сидячи за столом, ховали їжу в халяву й мали змогу поїсти ще раз задарма.

На думку Л. В. Швець публіцистиці необхідні нові експресивні засоби, проте ця експресія має винятково соціальний характер, адже вона є цілеспрямованою, вибірковою, оцінювальною. Тропи й фігури в публіцистиці цінні не лише як засоби, що прикрашають мовлення та оживляють його. Вони важливі передовсім тим, наскільки яскраво виражено оцінку, наскільки її засоби підсилені експресивними й емоційними одиницями [6, с. 8]. Подібне твердження висловлює В. М. Ваняркін, він зазначає, що текстам, для яких функція впливу є основною, властива організація мовного матеріалу, спрямована на вираження оцінки, посилення емоційності й образності, тобто в центрі уваги цього разу – експресивні можливості одиниць мови [7, с. 8].

Виявом експресії сучасних масмедіа є семантичне навантаження жаргонізмів, пов'язаних із реакцією адресата на різні явища дійсності. Залежно від контексту й мети висловлення реакція може бути позитивною, з нею пов'язана низка схвальних стилістичних характеристик, а в разі негативної реакції з'являються негативні характеристики – згрублілі, зневажливі. Це стосується жаргонізмів *прокол*, *проколотися*, *обламати*.

Жаргонізм *проколотися* має значення «вскочити в халепу, зазнати невдачі, він утворений від жаргонного слова *прокол* – невдача, що виникла в результаті помилки, сама помилка» [2, с. 279]. Лексема має негативну оцінку, походить із жаргону автомобілістів – прокол водійських прав інспектором. Одним із значень жаргонізму *проколотися* є «компрометувати себе чимось» [3, с. 483], напр.: *За словами Павла Нусса, це перший серйозний прокол Зеленського на зовнішньополітичному фронті, за який, на жаль, дорого, дуже дорого заплатить українська держава* («Prefics», 25.06.2019); *Єдине, в чому проколотися Медведчук і Путін – це занадто чітко, як по нотах, реалізували свій сценарій* («Цензор.нет», 30.05.2019).

Жаргонізм *обламати* означає: «1. Переконати когось у недоцільності виконання певних дій, вчинків; 2. Дати сло-

весну відсіч; висміяти когось; 3. Комуś щось набридло робити» [2, с. 240]. У засобах масової комунікації фіксуємо: *«Тутій»: знаменита чемпіонка красиво обламала журналіста російського «МатчТВ» («Обозреватель», 16.09.2018); Обламали Манчестер Юнайтед. Боррусія оголосила про цікавий трансфер* (заг.) («Zik», 07.05.2018).

У деяких текстах натрапляємо на використання жаргонного слова *бикувати* – «поводити себе агресивно без причини» [3, с. 65], напр.: *По-народному це можна описати: «бикували бики» під стінами главку міліції* («Україна молода», 21.06.2017); *Зеленському не треба «бикувати», як свого часу це робив Янукович* («Україна молода», 26.06.2018). За допомогою використання експресивно забарвленого жаргонізму *бикувати* досягається відповідний стилістичний ефект, який сприяє підкресленню, виокремленню агресивних і безпричинних рис зображуваного, прояву негативних особливостей характеру.

Жаргонне слово *напряг* – «напруження, зусилля, неприємності» [3, с. 375] у наведених далі прикладах наближує авторський текст до розмовного стилю, створюючи ефект невимушеного спілкування, напр.: *Горілочки випити за здоров'я перемоги, розслабитися швидше після триденного напрягу* («День», 21.08.2017); *Потрібно розслабитися – розслабитися від незрозумілого одвічного напрягу* («День», 24.09.2018); *... православної парафії в Мінську Олександра Шрамка з'явився запис: «Ні, я розумію, звичайно, що мити ноги божам – це напряг»* («День», 30.10.2018).

Популярний нині в публіцистиці жаргонізм *слабо*, який «підсилює значення неможливості чи складності виконання певної дії, названої в реченні, що, зазвичай, вимовляється з питальною інтонацією» [2, с. 302], напр.: *Просте запитання до вас: слабо відновити законність, повернути мені мій український паспорт і пустити мене в Україну?* («Цензор.нет», 04.08.2017); *По-моєму, це не дуже вдалий намір взяти Путіна на «слабо»* («День», 26.02.2016).

У сучасних засобах масової комунікації простежуємо активне входження субстандартних лексем тематичної групи «Психічні і фізичні стани людини» в публіцистичні тексти різної тематики.

Висновки. Отже, в сучасних текстах засобів масової комунікації спостерігаємо активне функціонування субстандартної лексики та входження її в різні сфери мовної комунікації, серед яких виокремлюємо такі: криміналізація суспільної свідомості, посилення позицій кримінального світу, зняття табу з жаргонів, лібералізація суспільних стосунків, відсутність ефективних лексичних еквівалентів у сучасній унормованій мові.

Субстандартні лексеми в текстах засобів масової комунікації, з одного боку, є текстотвірним елементом, а з іншого – засобом впливу на адресата. Насиченість публіцистики жаргонізмами і сленгізмами засвідчує тенденцію до входження цієї лексики в загальноновстановлені норми сучасної української мови. Для сучасного етапу розвитку субстандарту характерна експансія одиниць, що генетично належать до кримінального середовища, але вже втрачають свою соціальну закріпленість, хоча подекуди зберігають асоціації з кримінальним світом.

Мові засобів масової комунікації притаманне активне поширення субстандартних одиниць тематичної групи «Психічні і фізичні стани людини». Значна їх частина має яскраво виражену негативну експресію, згрублілість, вульгарність, що

є найвагомішими семантичними ознаками. Частотність окремих субстандартних одиниць у мові сучасної публіцистики свідчить про їхню особливу стилістичну роль. Експресивні субстандартні одиниці, унаслідок постійного використання не тільки в розмовному мовленні, але й у мові засобів масової комунікації, постійно втрачають образність, свою особливість, розширюють межі свого застосування і все більше тяжіють до нейтральних текстів.

Перспективи подальших досліджень убачаємо у фіксації та аналізі цих лексем на тлі стилістичної диференціації української мови, а також виокремленні нових тематичних груп субстандартної лексики.

Література:

1. Космеда Т. Мова «четвертої влади» та шляхи її вдосконалення: компетенції мовної особистості журналіста і читача. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. Том 24 (63). (2011). № 4. Часть 1. С. 157–162.
2. Ставицька Л. Український жаргон. Словник : Містить близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень. Київ : Критика, 2005. 496 с.
3. Мокиєнко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русского жаргона. Санкт-Петербург : Норинт, 2000. 720 с.
4. Грачёв М. А. Язык из мрака : блатная музыка и феня. Словарь. Нижний Новгород : из-во «Флокс», 1992. 207 с.
5. Словник української мови : в 11-ти т. Київ : Наукова думка, 1970–1980. Т. I – XI.
6. Швець Л. В. Публицистический стиль современного русского литературного языка. Київ : Освіта, 1979. 290 с.
7. Ванякіні В. М. Експресія як фактор текстотворення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01. «Українська мова». Дніпропетровськ, 1994. 24 с.

Levchenko T. Substandard lexemes of the thematic group «Psychological and physical condition of man» in the language of mass media

Summary. The article raises the question of the influence of language on the life of society, its role in shaping the world-

view of the modern reader, which are extremely relevant for linguists. It is noted that in the modern world, language has ceased to be only a means of communication, it has become an instrument of influence, persuasion and manipulation. It is noted that the Ukrainian language creates reality, and the scope of the language, themes and purpose of expression are determined by the essential characteristics of journalistic style and its main stylistic features.

Functional and stylistic possibilities of substandard vocabulary in the language of modern mass media are clarified. It was found that quite often in journalistic texts we come across substandard vocabulary of the thematic group «Psychological and physical condition of man». Texts of mass media, as well as data from explanatory dictionaries of substandard vocabulary confirm the frequency of use of substandard units in modern Ukrainian media. The problems of semantics and expressiveness of the analyzed substandard lexemes are considered on the factual material. It is proved that the slang units of the thematic group «Psychological and physical condition of man» are a good means of sharp figurative characterization of certain negative traits and properties of the heroes of publications. Such lexemes, as a rule, with great emotional and expressive power condemn negative traits – aggression, curiosity, intrusiveness, they are used in publications on acute social problems, power, politics, elections, economics, money. It is established that a significant number of substandard lexemes go beyond corporate jargon and become part of the general jargon, widely functioning in the oral use and language of the media. Each of the analyzed lexemes is subject to a certain author's instructions and carries a certain stylistic load.

Emphasis is placed on the fact that the mass media, as a powerful public factor, contributes not only to the popularization of substandard vocabulary, but also its consolidation in the Ukrainian literary language. According to the results of the study, it was concluded that the media, through the inclusion of substandard vocabulary in the text contribute to the concretization of meanings, the development of new meanings in individual words, expanding lexical compatibility, etc.

Key words: language of mass media, substandard vocabulary, thematic group «Psychological and physical condition of man».