

*Марина Навальна*  
(м. Переяслав-Хмельницький)

УДК 81'373'276.5]:070

## СУБСТАНДАРТНА ЛЕКСИКА ЯК ЗАСІБ ЕКСПРЕСИВІЗАЦІЇ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТІВ

*У статті схарактеризовано найуживаніші жаргонні дієслова в мові українських друкованих засобів масової інформації, виявлено нові жаргонні одиниці, простежено розширення сфери функціонування кримінальних жаргонізмів у медійних матеріалах суспільно-політичної тематики.*

*У розвідці для вивчення дієслівних жаргонізмів у мові української періодики початку ХХІ ст. використано як основні метод спостереження та описовий метод. На різних етапах дослідження послуговувалися методом функціонального аналізу для визначення стилістичного навантаження лексичних одиниць.*

*Ключові слова:* мова періодики, жаргонізми, стилістична роль, сфера використання, емоційно-експресивне забарвлення.

**Постановка проблеми.** Для мови українських засобів масової інформації початку ХХІ ст. характерне вживання жаргонної лексики, яку фахівці вважають одним із найдискусійніших явищ мовленнєвої культури. Важко знайти інший лінгвістичний феномен, стосовно якого б існували діаметрально протилежні думки дослідників. Це загалом торкається внутрішньомовного ракурсу співвіднесення жаргонної лексики з літературним стандартом, розмовною мовою, територіальними діалектами, міським субетнолектотом та ін. [2, с. 224; 9, с. 3]. У цей період жаргонізми активно функціонують у мові українських інтернет-видань. С. Г. Чемеркін зауважує, що сучасні «видання послуговуються лексико-стилістичними одиницями з виразною стилістичною маркованістю розмовного стилю. Часто автори публікацій використовують некодифіковані мовні засоби – нерідко на сторінках електронної преси з'являються інвективи» [11, с. 37]. Дехто з дослідників мови електронних видань називає спілкування в Інтернеті, виразником якої є розмовний стиль, своєрідним полігоном для випробування словоформ [8, с. 34].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Українські мовознавці відзначають тенденцію до використання жаргонізмів не тільки в молодіжній та кримінальній, а й суспільно-політичній тематиці медійних публікацій [2; 8; 9].

Якщо раніше визначали «фамільярно-розмовний мовленнєвий тип» [9, с. 5] окремих мас-медіа, то зараз ми фіксуємо активне входження жаргонних одиниць не тільки в тексти публікацій, але й у заголовкові комплекси видань.

У пропонованій розвідці ставимо за мету проаналізувати використання найпоширеніших жаргонізмів у мові друкованих засобів масової інформації на початку ХХІ ст., з'ясувати значення цих лексичних одиниць, зафіксувати нові функціонально-стилістичні вияви жаргонних дієслів.

**Виклад основного матеріалу.** У мові українських засобів масової інформації фіксуємо низку жаргонізмів. Зокрема, для позначення нечесних дій, пов'язаних зі зрадою, обманом когось, журналісти використовують лексему *кинути* – «виманити, шляхом обману, значну суму грошей, обдурити когось; украсти, відібрати щось у когось» [7, с. 171], пор.:

Чоловік зрозумів, що його жорстоко «кинули», що він втратив усе (Високий замок, 22.09.2016); *От і зажили: нас елементарно «кинули» всі-всі. І якщо Україна робить хоч щось, аби покращити наше становище, то «республіка» ніби навмисне хоче виморити голодом чи холодом* (Україна молода, 20.11.2014).

У мові преси активно функціонує лексема *насти* – «стежити, спостерігати за кимсь; контролювати чийсь поведінку» [7, с. 249], що має на меті увиразнити незаконні дії, пор.: *Крім того, попросили поспостерігати чи часом СБУ не «насе» їх самих* (Високий замок, 22.09.2016). А кримінальний жаргонізм *пресувати* – «бити когось» [7, с. 273] уживають для позначення процесів та дій відповідних служб, пор.: *Працівники міграційної служби самі йому «під каву» зі сміхом розповідали, як вони «пресують» азербайджанців, що торгують фруктами на «Шуварі* (Високий замок, 22.09.2016); *Прихильниць Стуса Юлію Дзенко та Юлію Чаплю тепер «пресує» донецька міліція* (Україна молода, 28.04.2014).

Кримінальний жаргонізм *накрити* – «виявити когось» [7, с. 231] указує на результативність дій правоохоронних органів щодо незаконних структур. Напр.: *У Києві накрили елітний бордель: розцінки – 5000 грн. за годину* (Слово, 20.04.2015); *«У Києві накрили мережу з 10 борделів і 7 «штабів»* (Літературна газета, 24.05.2016); *Одеські силовики накрили міжнародний наркокартель* (Слово, 8.06.2016).

Бажання деяких молодих осіб залишитися осторонь військової служби передано в газетних текстах лексемою *відкосити* – «ухилитися від чогось» [7, с. 86], що має негативний відтінок та негативно характеризує останніх, напр.: *Та коли отримав повістку з комісаріату з призивом на військову службу, вирішив «відкосити»* – у Ковельський ОМВС він не прийшов (День, 30.03.2015).

Дієслово *відкосити* використовують і стосовно тих посадовців, які ухиляються не тільки від служби, але й від інших процесів у державі, зокрема люстраційних, напр.: *Державний переворот – це коли кийські прокурори ідуть у зону АТО на кілька днів, щоб одержати статус учасника бойових дій і «відкосити» від люстрації* (Вільна Україна, 14.11.2014). А дієслово *найжджати* – «поводитися агресивно щодо когось; висувати претензії, погрожувати комусь, застосовувати насильство» [7, с. 229], негативно характеризує дії одного з колишніх європейських очільників: *Хоч країна неабияк скористалася тим, що стала членом ЄС, Орбан дедалі більше «найжджає» на Європу* (Високий замок, 05.11.2015).

Мовна практика молоді вносить до жаргонології нові експресивні одиниці, деякі з них можна віднести до сленгізмів, адже вони мають широке й часте використання. Переважно це слова іншомовного походження. Найвиразнішу групу жаргонних одиниць за емоційно-експресивним насиченням у текстах суспільно-політичної тематики становлять лексеми, які позначають предмети, дії та стани, що характеризують конкретних політиків, державних і громадських діячів, зокрема: *тролити* від *тролінг* «розміщення в Інтернеті, на форумах провокаційних повідомлень з метою викликати конфлікти між учасниками, образи, війну редагувань», напр.: *Не треба тролити новообраних депутатів, варто допомогти їм* (Літературна газета, 14.11.2014); *Сміх кризь сльози: у соцмережах тролять Гонтареву через падіння гривні* (Газета по-українськи, 07.11.2014).

У зв'язку з напруженою ситуацією на сході України мова сучасних засобів масової інформації поповнилася значною кількістю слів військової тематики. Жаргонних одиниць у таких текстах також додалося, зокрема: *злити* «1. Продати щось; 2. Передати комусь певну інформацію» [7, с. 158]; *На Донбасі лісник «зливав» інформацію бойовикам* (Слово,

16.07.2015); *Дезертир ІДІЛ «злив» спецслужбам імена 22 тисяч бойовиків* (Високий Замок, 10.03.2016).

Лексема *зливати* трапляється й у політичних текстах, пор.: *Коли я побачив його затримання у прямому ефірі, то зрозумів, що просто «зливають» людину, якою не шкода пожертвувати в ім'я політичної доцільності та підвищення рейтингів «Народного фронту* (День, 30.03.2015); *«Округ намагаються «злити» одіозному экс-регіоналу, якого треба люструвати»* (Час Київщини, 17.10.2014). *Для чого зливають округи?* (Газета по-українськи, 10.10.2014).

У пресі критиці піддаються також політичні діячі та очільники відповідних установ. Для досягнення максимального емоційного ефекту використовують жаргонізми. Так, лексема *спалитися* – «виявити себе, бути затриманим» [7, с. 302] характеризує народного депутата Андрія Мірошника як нечесного чоловіка: *Нардеп Андрій Мірошник спалився на подружній зраді і фінансовій нечистоплотності* (Високий замок, 27.04.2015).

У своїх статтях журналісти не оминають політичних тем, зокрема, ситуації, що склалася в Російській Федерації. Аби підкреслити всю абсурдність та показовість ситуації, нерідко вдаються до жаргонізмів. Зокрема, для позначення нечесних дій президента Російської Федерації активно функціонує лексема *розвести* – «обдурювати когось» [7, с. 288], напр.: *Путін легко «розвів» самовпевненого Порошенка* (Україна молода, 18.11.2014); *...якщо Путін заради власних амбіцій дозволяє собі усьому світові брехати, то «розвести» Кремль задля порятунку життя героїчної жінки – не гріх* (Високий замок, 01.10.2015). Однак лексема *розводити* трапляється і в інших тематиках, напр.: *Шістьох жителів міста «розвели» телефонні шахраї* (Вісник Переяславщини, 09.03.2015).

У мові сучасної преси з'являються слова на позначення агресії та ворожості, що пов'язане із введенням військ східного сусіда на територію нашої держави. Негативної оцінки набувають тексти, у яких використано лексеми *замочити* – «убити когось» [7, с. 148] та *мочити в сортирі* – «жорстоко й безпощадно розправлятися з кимось» [7, с. 222] щодо дій Російської Федерації: *Так, наче на лаві підсудних – кілер, який збирався Путіна «замочити»* [про утримання Савченко – М. Н.] (Високий замок, 01.10.2015); *Вона щосекунди має працювати, когось закопувати в асфальт, мочити в сортирі, «фігачити» танками, репресувати, насилати загони «тітушок», гноїти в тюрмах* [про дії Росії] (Україна молода, 05.12.2014); *Не виключено, що оточення президента Росії, заради своєї безпеки і збереження мільярдних статків, проведе операцію під кодовою назвою «Кремлівський карлик» і «зачистить» або «замочить у сортирі» Путіна так, як було ліквідовано колишнього терориста №1 Усаму бен Ладана у ході операції «Спис Нептуна* (Україна молода, 05.10.2016).

Замість нейтральних «убивати» та «бити» вживають дієслово *мочити*, яке має два значення: крим., мол. «бити, ударяти з великою силою; убивати» [7, с. 222], а замість іменника «вбивство» – *мочилово*: мол. «колективна жорстока бійка» [7, с. 222]. Пор.: *Путінський Кремль виявив таку слабкість – відволікся на «закочування в асфальт» чужої території, нашивидкуруч намірившись «мочити» в сортирі Донбаського конфлікту замість терористів вільну й горду націю. І розплачуватися за це любителям сортирного «мочилова» доведеться ще довго й боляче* (Україна молода, 05.12.2014).

Субстандартна одиниця *замутити* – крим. «зчинити сварку»; крим., нарк., мол. «заварити міцний чай, чифір»; мол. «зробити щось цікаве, екстраординарне»; «познайомитися з дівчиною» [13, с. 148] у вжитку журналістів набуває іншого значення:

«зробити, організувати, влаштувати». Пор.: *Проект «Новоросія» замутила Москва* (Газета по-українська, 10.10.2014).

Жаргонізм-дієслова фіксуємо і в заголовках сучасних українських засобів масової інформації. Зокрема, негативного відтінку газетним текстам надає лексема *замовити* («організувати чиєсь вбивство на замовлення, найняти кілера для вбивства когось» [7, с. 147], напр.: *Не бажаючи повертати борг 50000 доларів, зловмисник вирішив «замовити» свого кредитора* (заг.) (День, 27.03.2015); *Через «великі почуття» замовила дружину коханця* (заг.) (Високий замок, 13.03.2015).

Використання лексеми *здавати* «зраджувати, видавати когось» [7, с. 155] негативно описує процеси у відповідному колі осіб, пор.: *11-річний син боса «здав» поліції батька і весь мафіозний клан* (заг.) (Високий замок, 11.10.2015).

Емоційно-експресивного забарвлення надає журналістським текстам лексема *валити* «1. Убивати, різати когось; 2. Бити когось; 3. Необ'єктивно оцінювати знання студентів на екзамені; 4. Хвилювати, цікавити; 5. Доносити на когось, видавати когось; 6. Іти, тікати звідкись» [7, с. 75], напр.: *Нас «валить» усі, хто може. На Банковій і Грушевського мовчать* (заг.) (Високий замок, 16.03.2016).

Різні процеси в суспільстві журналісти передають за допомогою дієслів-жаргонізмів. Такі лексеми негативно характеризують дії та стани в українському соціумі. Їх використовують здебільшого з певною стилістичною метою. Зокрема, жаргонізм *злити* «1. Продати щось; 2. Передати комусь певну інформацію» [7, с. 158] зафіксовано в заголовках публікацій на суспільно-політичну тематику стосовно різних суспільних процесів, напр.: *Садовий «злив» Магдши на угоду церкві?* (заг.) (Високий Замок, 07.10.2015); *Безвізовий не «злили», Київ має намір завершити роботу – дипломат* (заг.) (День, 02.03.2016); *Тука каже, що його шифротелеграму до Яценюка «злили» бойовикам* (заг.) (Високий замок, 24.03.2016); *Бізнес-партнер директора «прокладки» Януковича очолив держзавод та зливає мільйони своїм* (заг.) (День, 06.05.15); *Хакери «злили» в мережу телефони депутатів Держдуми* (заг.) (ВЗ, 18.05.2016).

Дієслово-жаргонізм *віджимати* не має фіксованого значення в словниках, його пояснюємо як «забрати щось у когось насильним шляхом». Ця лексема активно функціонує в заголовках та переважно пов'язана з військовими діями на сході України: *Бойовики «віджимають» у жителів Донбасу будинки і виганяють їх в Україну* (заг.) (Високий замок, 05.05.15); *Павло Шеремета: Домінуюча логіка держави – «віджати» бізнес* (заг.) (Українська правда, 07.11.2014).

**Висновки дослідження.** Отже, активне використання жаргонізмів у мові газетної періодики спричинене кількома позамамовними чинниками: 1) заполітизованістю всіх верств населення; 2) криміналізацією суспільства; 3) військовими діями на сході країни; 4) розкутістю та вульгаризацією усного мовлення, порушенням засад культури мови.

Деякі із жаргонізмів набули додаткових значень, не зафіксованих у відповідних словниках жаргонів. Вони є одним із найефективніших засобів вираження експресивної оцінки, яка нерідко не лише передає негативні процеси, стани та дії, але й буває виявом мовної агресії, вульгаризації як окремих публічних осіб, так і журналістів.

Жаргонна лексика активно проникала до заголовків публікацій. Жаргонізми називають як стани, так і процеси та дії в суспільстві, що вийшли за межі професійних і соціальних груп.

Однією з основних причин функціонування жаргонної лексики в суспільно-

політичних матеріалах видань є, зокрема, її виразне стилістичне маркування. Саме ця особливість уможлиблює реалізацію жаргонізмами в публіцистичних текстах різноманітних комунікативних інтенцій адресанта, перетворюючи раціональну публіцистичну інформацію в експресивно впливову.

У публікаціях на суспільно-політичні теми жаргонні одиниці контрастують із нейтральною лексикою, вони протиставляються книжним словам, надають писемному стилю імпровізації, індивідуалізації, емоційності та експресивності, що зазвичай характерне для усно-розмовного мовлення.

**Перспективи подальших наукових розвідок.** Тематичні групи жаргонізмів відкриті до поповнення новими одиницями, убачаємо перспективи досліджень у пошуку таких лексем, їхньому тлумаченні та класифікації.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Довженко О. Як ми базаримо / Отар Довженко // Молодіжне перехрестя. – 2004. – № 15. – Режим доступу : <http://crossroads.com.ua/articles/2004/15/459.php>.
2. Навальна М. Динаміка лексику української періодики початку ХХІ ст. : [монографія] / М. І. Навальна. – Київ, Інститут української мови ; Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. – 328 с.
3. Словник української мови : В 11-ти т. – Київ : Наук. думка, 1979. – Т. ХІ. – 658 с.
4. Соболева І. А. Сниженные (внелитературные) языковые средства в современном публицистическом дискурсе : дис. ... кандидата філол. наук : спец. 10.02.02 – русский язык / Соболева Ирина Александровна. – Луганск, 2001. – 245 с.
5. Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови : Містить понад 3200 слів і 650 стійких словосполучень / Леся Ставицька. – Київ : Критика, 2003. – 336 с.
6. Ставицька Л. Українська мова без табу. Словник нецензурної лексики та її відповідників. Обсценізми. Евфемізми. Сексуалізми / Леся Ставицька. – Київ : Критика, 2008. – 454 с.
7. Ставицька Л. Український жаргон. Словник: Містить близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень / Леся Ставицька. – Київ : Критика, 2005. – 496 с.
8. Стрельбицька Л. Інтернет як полігон розвитку природної мови / Л. Стрельбицька // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2005. – № 538. – С. 33–38.
9. Третяк Н. В. Жаргонна лексика в друкованих ЗМІ (номінативно-експресивна функція) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 – українська мова / Н. В. Третяк. – Київ, 2008. – 20 с.
10. Шаманова Н. М. Кліше в українському телепросторі : прагматичний і мета комунікативний вияви / Н. М. Шаманова // Мовознавство. – 2012. – № 5. – С. 81–86.
11. Чемеркін С. Г. Трансформації розмовного стилю в Інтернет-комунікації / С. Г. Чемеркін // Мовознавство. – 2007. – № 4/5. – С. 36–43.

#### ДЖЕРЕЛА

Газета «Високий замок»  
Газета «Вільна Україна»  
Газета «Газета по-українськи»  
Газета «День»  
Газета «Літературна газета»  
Газета «Слово»  
Газета «Україна молода»  
Газета «Час Київщини»  
Інтернет-видання «Українська правда»

**Навальная М. Субстандартная лексика как средство экспрессивизации газетного текста**

*В статье охарактеризованы наиболее употребляемые жаргонные глаголы в языке украинских печатных средств массовой информации, выявлены новые жаргонные единицы, прослеживается расширение сферы функционирования уголовных жаргонизмов в медийных материалах общественно-политической тематики.*

*В исследовании для изучения глагольных жаргонизмов в языке украинской периодики начала XXI века использовано в качестве основных методов наблюдения и описательный метод. На разных этапах исследования пользовались методом функционального анализа для определения стилистической нагрузки лексических единиц.*

**Ключевые слова:** язык периодики, жаргонизмы, стилистическая роль, сфера использования, эмоционально-экспрессивную окраску.

**Abstract**

**Navalna M. Substandard vocabulary as the means of expression of newspaper texts**

*The article describes the most commonly used jargon verbs in the language of Ukrainian print media, identifies new jargon units and enlargement of the scope of functioning of criminal jargons in the media materials on sociopolitical subjects.*

*The main methods, observation and descriptive, are used in scientific research for the study of jargon verbs in the language of Ukrainian periodicals at the beginning of the 21<sup>st</sup> century. At different stages of the research, the method of functional analysis was used to determine the stylistic load of lexical items.*

*Language practice brings to the jargonology new expressive units, some of them can refer to slangisms, because they are widely and frequently used. Mainly these are words of foreign origin. The most distinct group of jargon units, in terms of emotionally and expressive enrichment in the texts on sociopolitical subjects, are lexical items that denote objects, actions and states that characterize specific politicians, state and public figures.*

*The active use of jargonisms in the language of newspaper periodical is caused by a number of extralinguistic factors: 1) political bias of all strata of the population; 2) criminalization of the society; 3) military actions in the east of the country; 4) uninhibited and vulgarization of oral speech, the violation of the principles of language culture.*

*Some of the jargonisms have acquired additional meanings that are not recorded in the corresponding dictionaries of jargons. They are one of the most effective means of expressing an expressive evaluation that often transfers not only negative processes, states and actions, but also manifests language aggression, vulgarization of both individual public figures and journalists.*

*The jargon vocabulary actively entered the headlines of publications. Jargonisms name states, as well as processes and actions in the society that have gone beyond the boundaries of professional and social groups.*

*One of the main reasons of functioning of the jargon vocabulary in the sociopolitical materials of the publications is, in particular, its expressive stylistic marking. This feature enables the implementation of jargonisms in journalistic texts of various communicative intentions of the addressee, transforming rational journalistic information into an expressively influential one.*

*In publications on sociopolitical subjects, jargon units contrast with the neutral vocabulary, they contrast with bookish words and give a written style improvisation, individualization, emotionality and expressiveness, which is usually characteristic of oral colloquial speech.*

*Thematic groups of jargonisms are open for replenishment with new units, we see the prospects of the researches in searching for such lexical items, their interpretation and classification.*

**Key words:** *language of periodical, jargonisms, stylistic role, scope of use, emotional and expressive connotation.*

#### References

1. Dovzhenko O. Yak my bazarymo / Otar Dovzhenko // Molodizhne perekhrestia. – 2004. – № 15 // <http://crossroads.com.ua/articles/2004/15/459.php>
2. Navalna M. Dynamika leksykonu ukrainskoi periodyky pochatku XXI st. : [monohrafiia] / M. I. Navalna. – Kyiv, Instytut ukrainskoi movy ; Vydavnychi dim Dmytra Buraho, 2011. – 328 s.
3. Slovyk ukrainskoi movy : V 11-ty t. – Kyiv : Nauk. dumka, 1979. – Т. XI. – 658 s.
4. Soboleva I. A. Snizhennye (vneliteraturnye) yazykovye sredstva v sovremennom publitsisticheskom diskurse : dis. ... kandidata filol. nauk : 10.02.02 – russkiy yazyk / Soboleva Irina Aleksandrovna. – Lugansk. – 2001. – 245 s.
5. Stavytska L. Korotky slovyk zharhonoj leksyky ukrainskoi movy : Mistyt ponad 3200 sliv i 650 stiikykh slovospoluchen / Lesia Stavytska. – Kyiv : Krytyka, 2003. – 336 s.
6. Stavytska L. Ukrainska mova bez tabu. Slovyk netsenzurnoi leksyky ta ii vidpovidnykiv. Obstsenizmy. Evfemizmy. Seksualizmy / Lesia Stavytska. – Kyiv : Krytyka, 2008. – 454 s.
7. Stavytska L. Ukrainskyi zharhon. Slovyk: Mistyt blyzko 4070 sliv i ponad 700 stiikykh slovospoluchen / Lesia Stavytska. – Kyiv : Krytyka, 2005. – 496 s.
8. Strelbytska L. Internet yak polihon rozvytku pryrodnoi movy / L. Strelbytska // Visn. Nats. un-tu «Lvivska politehnika». – 2005. – № 538. – S. 33–38.
9. Tretiak N. V. Zharhonna leksyka v drukovanykh ZMI (nominatyvno-ekspresyivna funktsiia) : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : 10.02.01 – ukrainska mova / N. V. Tretiak. – Kyiv, 2008. – 20 s.
10. Shamanova N. M. Klishe v ukrainskomu teleprostori : prahmatychnyi i meta komunikatyvnyi vyiavy / N. M. Shamanova // Movoznavstvo. – 2012. – № 5. – S. 81–86.
11. Chemerkin S. H. Transformatsii rozmovnoho styliu v Internet-komunikatsii / S. H. Chemerkin // Movoznavstvo. – 2007. – № 4–5. – S. 36–43.

**Оксана Щенка**  
(м. Маріуполь)

УДК 81'366

### ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ ЕКСПЛІКАЦІЇ АДРЕСАНТА В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ

*У статті проаналізовано мовні засоби реалізації категорії адресанта в сучасному українському медійному тексті. Зокрема, окреслено комунікативні стратегії та визначено різнорівневі мовні маркери репрезентації авторського «я», подано їхні квалітативні й квантитативні характеристики, досліджено типи авторської поведінки в медіатексті, на ґрунті аналізу фактичного матеріалу змодельовано комунікативний портрет автора сучасного українського медійного тексту.*