

## Жаргонна фразеологія в мас-медійному дискурсі

Вінницький національний технічний університет

### Анотація

У статті на матеріалі дискурсу сучасних українськомовних мас-медіа розглянуто жаргонізовані фразеологізми в побудові газетного тексту як одного із засобів комунікативного впливу на читача. Проаналізовано основні тематичні групи та стилістичне використання названих стійких одиниць. Доведено, що жаргонні фразеологізми набувають нових стилістичних функцій, пов'язаних з основною настановою публіцистики – бути засобом образності і виразності.

**Ключові слова:** жаргонні фразеологічні одиниці, фразема, стійке словосполучення, мас-медійний дискурс, фразеологізми, жаргонна фразеологія.

### Abstract

The article discusses the jargonized phraseology in the construction of a newspaper text as one of the means of communicative influence on the reader on the material of the discourse of modern Ukrainian-language mass media. The main thematic groups and stylistic use of persistent units were analyzed; it was proved that jargon phraseology acquire new stylistic functions related to the basic orientation of journalism – to be a means of imagery and expressiveness.

**Keywords:** jargon phraseological units, phrase, persistent phrase, mass media discourse, phraseology, jargon phraseology.

Кінець ХХ – початок ХХІ століть можна номінувати як добу «соціолектного буму». Це період, який характеризується активізацією творення, функціонування нелітературних розмовних, жаргонних, арготичних, діалектичних слів та фразеологізмів як у публіцистичному стилі, так і в художній літературі. Зумовлено це суспільно-політичними, економічними, культурними процесами, що відбуваються сьогодні в Україні. Сучасна публіцистика гостро реагує на зміни, що відбуваються в суспільстві, прагне до якнайбільшої інформативності та забезпечення експресії будь-якими засобами. Останні десятиліття позначилися інтенсифікацією уваги до фразеології різних мов, оскільки фразеологізми становлять країнознавчу цінність, відображають національну культуру, широко функціонують на сторінках новітньої української прози, розмовному мовленні, у засобах масової комунікації, в усіх мовних стилях із різними функціями [1, с. 4].

Питання збагачення і розвитку фразеологічної підсистеми мов, зокрема й некодифікованими стійкими словосполученнями, постійно перебувають у полі зору зарубіжних і вітчизняних лінгвістів (А. Бахі, В. Флейшер, Х. Вольтер, В. Ужченко, О. Тараненко, Н. Скиба, О. Пономарів, О. Сербенська, О. Стишов, Н. Третяк, Г. Кузь та ін.). Лінгвісти акцентують увагу на важливості вивчення жаргонної фразеології, указують на основні методи, способи формування мовної компетенції засобами фразеології, розробляють методіку роботи з відеоматеріалами, розглядають особливості презентації української фразеології на матеріалі художніх та мультиплікаційних фільмів. Фразеологізми як аспект вивчення лексики іноземними студентами розглянуто в праці [2, 3]. Однак вважаємо, що проблема функціонування і прагматичного навантаження фразеологічних одиниць української мови сьогодні – одна з актуальних тем сучасної фразеології – потребують ґрунтовнішого вивчення, спеціального поглибленого студіювання і представлення в окремій науковій студії. Цим і зумовлена актуальність нашого дослідження, яка пов'язана з необхідністю системного вивчення функціонування жаргонних фразеологізмів у мас-медійному дискурсі.

**Мета** статті – з'ясувати основні причини зростання інтенсивності використання жаргонних фразеологізмів в українській мові; розкрити експресивно-оцінний потенціал цих фразем у мас-медійному дискурсі; описати структурно-граматичні типи та роль аналізованих одиниць у публіцистичному тексті.

**Предметом** дослідження стали такі українські суспільно-політичні видання, як: «Україна молода», «День», «Обозреватель», «Новинарня», Інтернет-видання «Знај.іа».

Як показав аналіз зібраного матеріалу, фразеологічні одиниці жаргонного характеру в мові засобів масової комунікації утворюють неоднорідний пласт одиниць, вони розширили сферу свого

функціонування і широко використовуються в публіцистичному стилі [4, с.29]. Помічено, що в останні десятиліття аналізовані стійкі одиниці активно проникають у розмовне (навіть літературне) мовлення багатьох пересічних громадян, журналістів, письменників, а з нього – у мовну практику засобів масової інформації, частково – художньої літератури. Це відбувається ще й через те, що названі стилі в кінці ХХ – на початку ХХІ ст. інтенсивно піддаються тенденції «орозмовлення» [5, с.122].

У структуруванні газетного тексту значну роль відіграють жаргонні фразеологізми, які покликані оживити виклад, зацікавити читача, дати матеріалу емоційний заряд. У фразеологічному складі сучасної української публіцистики помітне проникнення у фразеологічну систему значної кількості жаргонізованої розмовної лексики, евфемізмів, професійного жаргону, молодіжного та кримінального [6, с.40].

Серед масиву зафіксованих нами жаргонних фразеологізмів у мові сучасної преси варто виділити **субстантивні (іменникові)** фразеологізми з узагальнено-предметною семантикою, вираженою граматичними категоріями роду, числа й відмінка. Наприклад: **мент** – працівник МВС. “На пост міністра оборони призначений **мент** із середньою **ментівською** освітою” («Обозреватель» 23.07.2019); **клятвозлочинець** – людина, що постійно клядеться, дає обіцянки, при цьому постійно їх порушує. “В більшості своїй це **клятвозлочинці**” («Обозреватель» 23.07.2019); **без шуму і пилу** – без зайвої уваги і доказів скоєного. “Все відбулось **без шуму і пилу**” («Обозреватель» 23.07.2019); **криша** – покровитель. “Такі розмови неможливі без дуже сильної **криші**” [«Обозреватель» 25.02.2020]; **фейк** – неправдива інформація. “Закрити – посадити за ґрати”. **Інсайд** – важлива інформація, що доступна обмеженому колу осіб. “Якби розмови Солов’я про його стан здоров’я виявилися **фейком**, його б давно закрили” («Обозреватель» 25.02.2020). “**Інсайди і фейки** з’являлися мало не щогодини” (i-ua.tv 04.03.2020); **шабаш** – нічне збіговисько відьом, чортів, чаклунів. В переносному значенні вживається як збір людей, до яких мовець ставиться негативно. “Свободівський” мер Конотопа розігнав **шабаш** прибічників Медведчука”, (газета «Новинарня», 28. 04. 2017). “Націоналісти” вимагають зупинити **шабаш** і свавілля Тимошенко” (сайт «Цензор.нет», 23. 10. 2008).

**Ад’сктивні (прикметникові)** фразеологічні одиниці, які мають категоріальне значення атрибутивності, здатність виражати статичну ознаку предмета. Наприклад: **крутий** – модний, діловий. “Ердогану достатньо продавити декілька фронтів, показати, що Асад без Росії ніщо, показати, що він **крутий** і має переваги, відхопити ті території, які він пообіцяв, щоб деблокувати турецькі спостережні пости” ( «Znaj.ua» 02.03.2020); **задріпаний** – занедбаний, бідний, нічого не вартий. “Крайною керують, як **задріпаним** колгоспом” («Обозреватель» 23.07.2019); **смажений півень клюнув** – з’явилась нагальна потреба. “Сталін був параноїдальною особистістю, але навіть він, коли **смажений півень клюнув**, призначив керівниками армії професіоналів, а не клоунів із пишними вусами і шашкою на боку”. («Обозреватель» 23.07.2019); **сивий мерин** – людина, яка дуже багато бреше. “А також не здатна до раціональної соціальної організації, байдужа до чужих страждань, на диво насуплена й бреше з легкістю, як **сивий мерин**” (газета «День», 08.05.2017). “Москаль не розуміє, чому Могилев образився на те, що його назвали **сивим меринном**” (сайт «Цензор.нет», 12.04.2011). “Маячня **сивого мерина** – Турчинов про заяву Лаврова щодо начебто запланованої Україною провокації” ( сайт «Цензор.нет», 17.12.2018).

**Дієслівні** фразеологізми з узагальненою семантикою процесуальної ознаки, вираженої в дієслівних граматичних категоріях виду, стану, способу, часу, особи. Наприклад: **робити посадки** – масово відправляти за ґрати. “Цієї весни треба буде **робити посадки**, в середу проведемо серйозну розмову з керівниками правоохоронних органів” («Цензор» 03.02.2020); **попасти на гроші** – бути ошуканим. “**Попала на гроші** у популярному супермаркеті – обурена клієнтка розповіла про махінації касирів” («Znaj.ua» 01.03.2020); **жаба давить** – про стан заздрості. “Коли вони виходять після спектаклю на поклон, заздрісна київська **жаба ніжно давить** тобі серце: чому вони не наші?” ( газета «День», 07.11.2018). “Розумію, що дехто не проголосує з політичних причин, бо **жаба давить**... А чого **жаба давить**? Бо у нас вийде. Ми реально зробимо зміни в країні. Я в це щиро вірю”, – заявив Гройсман.” ( газета «Новинарня», 20.10.2020). “**Їх жаба душить**, що ми йдемо у бік кращого життя, що у нас ліпші перспективи.” ( газета «Високий Замок» 20.03.2019). “Яка може бути дружба в бізнесі? Одного співака запросили на концерт і дали грошей, а іншого – ні, і його **жаба душить**” ( газета «Високий Замок», 03.07.2014); **брати на понт** – обманюючи, хитруючи, діючи нечесно, домагатися чого-небудь. “Їх ідеями **на понт не візьмеш**, вони із закритими очима чують, де

біля годівниці краї нижчі, а сама баланда не рідкіша, ніж учора” (газета «День», 21.12.2016).  
“Бізнесмен Трамп часто **брав на понт**” (газета «Високий Замок», 12.07.2018).

#### Висновки

Отже, проаналізовані жаргонні фразеологізми в царині мас-медійного дискурсу виконують ряд важливих мовних функцій, серед яких домінують емоційно-експресивна та номінативна. Вони є вдалим засобом гострої образної характеристики тих чи інших негативних рис і властивостей героїв публікацій. З великою емоційно-експресивною силою засуджують негативні риси – егоїзм, жадібність, настирливість. Більшість жаргонних фразем постала саме на українському ґрунті, а тому відзначаються національною специфікою; за своїм духом і лексичним наповненням віддзеркалює мовний світ українського народу. Саме вони розповсюджують і закріплюють у мові публіцистики розмовні конструкції. Жаргонні фразеологізми у мас-медійному дискурсі урізноманітнюють мову преси, виступають потужним експресивним засобом газетної мови. Перспективним вважаємо подальше дослідження жаргонної фразеології у структурному та частиномовному плані.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарова Л. Є., Горчинська Л. В., Пустовіт Т. М. Особливості вивчення фразеологізмів у викладанні української мови як іноземної / «Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації». – Херсон. – Том 30(69) №4, 2019. – С. 4 – 6.
2. Азарова Л. Є., Горчинська Л. В., Пустовіт Т. М. Використання мультимедійних технологій у вивченні фразеологізмів на заняттях з української мови як іноземної / Закарпатські філологічні студії. – Ужгород. – 2020. – Випуск 13. – С. 15 – 23.
3. Азарова Л. Є., Горчинская Л. В. Фразеологизмы как аспект изучения лексики иностранными студентами / Закарпатські філологічні студії. – Ужгород. – 2019. – Випуск 11. – Том 1. – С. 61 – 67.
4. Левченко Т. М. Функціонування жаргонних фразеологічних одиниць у засобах масової комунікації / Закарпатські філологічні студії. – Ужгород. – 2019. – Випуск 11. – Том 1. – С. 27 – 32.
5. О. А. Стишов. Жаргонна фразеологія галузі спорту в мас-медійному дискурсі кінця XX – початку XXI століття / Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Філологічні науки. – 2017. – Вип. 43. – С. 120 – 124.
6. Третьяк Н. В. Експресивний потенціал жаргонної фразеології. / Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки. – 2013. Книга 4. – С. 40 – 43.

*Азарова Лариса Євстахіївна* – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри мовознавства, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kmz2427@ukr.net

*Azarova Larisa Yevstahievna* – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Linguistics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: kmz2427@ukr.net