

УДК 811.161.2'27

DOI <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2021.4.3>

Т. М. ЛЕВЧЕНКО

доктор філологічних наук,

доцент кафедри української лінгвістики та методики навчання,

Університет Григорія Сковороди в Переяславі, м. Переяслав, Київська область, Україна

Електронна пошта: tanyalevchenko2010@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-4275-7701>

СЛЕНГІЗМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ОСІБ ЧОЛОВІЧОЇ СТАТІ В МОВІ СУЧАСНИХ МАСМЕДІА

У статті зазначено, що молодіжна субкультура і сленг тісно пов'язані, адже виникають із необхідності молоді соціалізуватися і при цьому активно заявити про себе. Закцентовано увагу на тому, що сучасні засоби масової комунікації віддзеркалюють специфіку життя кожного покоління, стають засобом ідентифікації, розмежування різних молодіжних груп та формою самовираження. У мові засобів масової комунікації постійно з'являються нові лексичні засоби, що дають змогу лаконічно й точно передати настрої, переживання, думки, враження та емоції молодих людей. Констатовано, що мова молодіжної субкультури завжди надзвичайно експресивна, лаконічна, інформативна, для неї характерні елементи розмовності, інколи згрубіло-фамільярного забарвлення. Особливо актуалізуються означені процеси у функціонуванні лексем різних тематичних груп. Маючи на меті вплинути на аудиторію, автори публікацій використовують номінації названих тематичних груп, що активно вживані в сучасному суспільстві та зрозумілі молодим читачам. З'ясовано, що саме їх досить часто використовують у публікаціях, присвячених темі політики, економіки, кримінальній тематиці, виборам, спорту. Досить часто за їх допомогою автори публікацій відтворюють колорит молодіжного середовища, описують реалії сьогодення молоді, характеризують та оцінюють суспільно-політичні процеси в Україні. Установлено, що джерелом експресії сучасної публіцистики є чисельні сленгові одиниці, які дають змогу передати позитивні чи негативні емоції, психічні стани, підкреслити грубо-іронічну тональність текстів. Актуальні для сучасного читача сленгові одиниці дозволяють точно й небагатослівно позначити те явище, про яке йдеться в публікаціях, порушуючи критерії стилістичної доречності, етичності та естетичності української мови. Зібраний фактичний матеріал підтверджує, що функціонування в медійному просторі сленгових одиниць свідчить про високий ступінь розшарування сучасного соціуму та його нестабільність. Окрім того, в сучасній публіцистиці спостерігаємо зниження мовної та загальної культури, грамотності, заміну істинних цінностей шаблонними зарубіжними зразками.

Ключові слова: мова засобів масової комунікації, сленг, субстандартна лексика, тематичні групи, оцінність.

Постановка проблеми. На початку ХХІ століття сленгові одиниці набувають активного поширення не тільки в усному мовленні, але й у мові засобів масової комунікації. Для сучасної публіцистики характерний динамізм – функціонування в офіційних сферах лексичних одиниць, що перебувають на периферії літературної мови і навіть за її межами. Сфери комунікації, що раніше використовували тільки кодифіковану літературну мову, активно поповнюються сленговими одиницями, зокрема й на позначення осіб чоловічої статі.

Нові форми суспільних відносин певною мірою позначилися на молоді – соціально найбільш перспективному пласті суспільства, мовна компетенція та мовна поведінка якого багато в чому визначають напрямок розвитку інших соціальних підсистем мови, зокрема розмовної та літературної мов. Найширше лексична дина-

міка виявляється в усному середовищі, зокрема молодіжному, а однією з груп лексики в цьому середовищі є сленг. Молодіжний сленг у повсякденному спілкуванні молоді є своєрідним показником їх рівня розвитку, зацікавлень, смаків, потреб й активно відбиває зміни в суспільному житті країни, пов'язані із соціально-економічними та політичними реформами. Незважаючи на значну кількість досліджень молодіжного сленгу, їхня функційна природа не розкрита, а означена проблема не була предметом спеціального дослідження в українському мовознавстві.

Аналіз попередніх досліджень. Початок ХХІ століття в українській лінгвістиці ознаменувався появою значної кількості наукових праць, присвячених дослідженню сленгу. Р. В. Боднар, розглядаючи соціолект підлітків, прослідковує, як у соціолекті відображені культурно-специфічні норми й цінності, які панують серед під-

літків і молоді та розкривають мотиви їхньої мовленнєвої поведінки. Дослідниця визначає основні моделі лексико-семантичного словотвору, вжиті сучасними дітьми для створення соціально маркованих одиниць, що виступають засобами мовної експресії [Боднар 2006].

У 2006 році побачив світ «Словник сучасного українського сленгу» (упорядник Т. М. Кондратюк), який містить понад п'ять тисяч слів і словосполучень, узятих із живої мовної стихії, що широко вживаються представниками різних вікових, професійних, соціальних прошарків [Кондратюк, 2006].

К. Л. Бондаренко, досліджуючи лінгвокультурні особливості українського й англійського сленгу, розкриває онтологічні характеристики сленгу, арго та жаргонів, водночас опрацьовуючи термінологічний апарат лексичного субстандарту [Бондаренко 2007].

Розглядаючи молодіжний сленг, П. М. Грабовий розкриває його місце серед інших субстандартних підсистем сучасної української мови, аналізує теорії мовної картини світу, беручи до уваги можливість використання їх у ході вивчення сленгу, встановлює мовну специфіку вираження картини світу серед молоді [Грабовий 2010].

С. А. Мартос простежує молодіжний соціолект як структурний складник мови м. Херсона, формулюючи термін «молодіжний сленг» з огляду його місця в мовленнєвій структурі міста. На її думку, сленг є основним компонентом розмовного мовлення, закріпленим за урбаністичним мовним простором [Мартос 2006].

І. І. Щур описує історію вивчення соціальних діалектів української мови. Аналізуючи дефініції субстандартної лексики, вона тлумачить терміни «арго», «жаргон», «сленг», з'ясовує причини їх виникнення, розглядає функції комп'ютерного сленгу, детально окреслюючи особливості його лексико-семантичної системи [Щур, 2006].

Отже, переважна більшість лінгвістів визнають існування сленгу як окремого явища серед соціальних діалектів.

Мета статті – фіксація та аналіз сленгових одиниць на позначення осіб чоловічої статі в мові сучасних засобів масової комунікації.

Виклад основного матеріалу. Мовознавці давно відзначили той факт, що психологічною

основою появи жаргонізмів і сленгізмів у певному середовищі є бажання носіїв мови бути дотепними, вразити співбесідників свіжістю та яскравістю висловлення, прагнення показати свою зневагу або байдужість до предмета розмови, пом'якшити або, навпаки, посилити враження від висловлення, намагання уникнути затертих або пишномовних слів і виразів, настанова на фамільярність висловлення і, зрештою, гра слів як результат властивого людям бажання порозважатися. Сленгізми – надзвичайно виразні, часто іронічні слова, що позначають предмети повсякденного життя. Таку лексику розглядають як порушення норм літературної мови. Цей різновид мовлення став тепер масовим, його широко використовують у різних сферах життя сучасного суспільства, входячи через рекламу, засоби масової комунікації та Інтернет в писемні форми української мови.

Група сленгових одиниць із позитивним компонентом оцінки в значенні є невеликою в кількісному співвідношенні. Пояснюємо це тим фактом, що людина схильна насамперед помічати негативні риси тих, хто її оточує, вважаючи таких осіб небезпечними, тоді як позитивні риси сприймає за норму. Сленгові одиниці несуть значне експресивне навантаження, їх завдання не стільки в номінації, скільки у вираженні ставлення до суб'єкта подекуди з іронічним значенням. За допомогою сленгізмів засоби масової комунікації характеризують осіб чоловічої статі за визнанням у суспільстві, авторитетом і значущістю: *ботан*, *бойфренд*, *кореш*, *красава*, *крутилик*, *мачо*, *папік* та ін.

Сленгова одиниця *ботан* зафіксована у двох значеннях: «1. Сором'язливий хлопець, заучка-відмінник, якого не люблять у класі. 2. Занудна людина» [Кондратюк 2006 : 66]. За допомогою цього сленгізму висміюють чоловіка, а його позитивні якості сприймають як недолік, напр.: *Сенс життя – в самореалізації та в хорошій освіті для дітей. У школі був класичним ботаном і заучкою* («Газета по-українськи», 20.07.2017); *Президент готовий невідкладно замінити хлопців у масках на «ботанів»* («Українська правда», 20.03.2017).

Популярною в текстах засобів масової комунікації є сленгова лексема *бойфренд* – «коханець» [Кондратюк : 63], напр.: *Жінці ампутували ногу, щоб змогла народити дитину. Жінка*

з **бойфрендом** потрапили в аварію («Газета по-українськи», 24.09.2019); *Новий бойфренд американської актриси та колишньої нареченої Володимира Кличка Гейден Панеттьєр Браяна Гікерсона заарештований за домашнє насильство* («Еспресо», 04.05.2019); *Турецькі ЗМІ показали відео побиття української моделі Дар'ї Кирилук на пляжі Момо в Туреччині – дівчину міг побити її бойфренд, з яким вона разом відпочивала* («Obozrevatel», 04.08.2020).

Позитивну конотацію має сленгізм *корєш*, який вживають у значенні «друг» [Кондратюк : 169]. Емоційно-експресивне забарвлення сленгових назв підсилюється, якщо вони переходять у функціонування до іншого стилю й починають сприйматися людьми іншого соціального статусу, напр.: *Їхній корєш загнав Mercedes на яму* («Газета по-українськи», 10.10.2017); *Корєш ганяє машини з Германії. Дак він на цьому так піднявся! Приглашає мене помагати йому* («Газета по-українськи», 30.01.2014).

Активно функціонує в мові публіцистики сленгізм із позитивною конотацією *продвинутий* – «прогресивний, модний, сучасний» [Кондратюк : 255], напр.: *Я хоч і продвинутий, є смартфон і додаток у телефоні, але користуюся пенсійним посвідченням, каже 57-річний Семен Приходько* («Газета по-українськи», 26.02.2019); *«Продвинутому» вчителеві чи директорові школи не треба давати методичних рекомендацій чи інструкцій* («Газета по-українськи», 20.12.2018); *Гроші ж не у валізах носять, це відбувається на «продвинутому» рівні – на офшорних рахунках* («Газета по-українськи», 31.01.2018). Функціонування лексеми пояснюється, на нашу думку, соціокультурними особливостями епохи, змінами, що відбуваються в українському суспільстві й світі в цілому, а також у свідомості індивідів, унаслідок чого і з'являються сленгові значення.

Характерна ознака сленгу – прагнення до експресивності, саме з такою метою публіцисти використовують сленгізм *красава*, що має два значення: «1. Піжон, франт, стиляга. 2. Дурень» [Кондратюк : 171], напр.: *Не пам'ятаю, щоб наш танець хоч раз похвалили. Але, попри це, я протримався 8 ефірів. Та я красава! – заявив актор* («Газета по-українськи», 17.10.2019); *Красава, я в тобі не помилився. Мінометником*

будеш? («Газета по-українськи», 04.06.2019). Як бачимо, в аналізованих контекстах зреалізоване позитивне значення «піжон, франт, стиляга».

Сленгова лексема *крутелик* – «новий українець» [Кондратюк : 172] функціонує з урахуванням ознак усної комунікації, де сленгізми рідко бувають немотивованими чи невідомими. Такі тенденції мови сприяють тому, що сленгові лексеми використовують для заповнення лексичних лакун у мові публіцистики, напр.: *Вже потім дізналися, що він відсидів за якогось крутелика* («Газета по-українськи», 30.03.2019); *Вони їх тримають як собак, крутелики мають власні зоопарки, з яких періодично тікають крокодили та інша нечисть* («Газета по-українськи», 26.07.2017).

Сленгізм *мачо* – «темпераментний, маскулінного типу чоловік» [Кондратюк : 191] функціонує як засіб вираження експресії, оцінки та образності, напр.: *Фабріціо Біджіо, автор еротичних коміксів: «Ми можемо нескінченно робити з себе мачо, але наше его надзвичайно вразливе»* («Газета по-українськи», 31.10.2019); *З ненаситного самця і мачо він перетворюється в роздратованого неприємного типа, який хоче якомога швидше завершити спілкування до наступного разу* («Газета по-українськи», 18.09.2019). У наших матеріалах простежуємо позитивну конотацію та іронію у вживанні сленгової назви.

Лексема *панік* має кілька значень у сленговій комунікації: «1. Тато. 2. Чоловік поважного віку (набагато старший за мовця). 3. Авторитетна людина. 4. Коханець (зі значним розривом у віці)» [Кондратюк : 221], напр.: *Ми не пішли шляхом «взяти гроші у одного паніка, зайти в Раду, а потім ці гроші відпрацювати»* («Газета по-українськи», 24.07.2019); *Панік тримає владу в містечку* («Газета по-українськи», 27.03.2018). Засоби масової комунікації використовують значення «авторитетна людина» в текстах суспільно-політичної тематики.

Під час дослідження з'ясовано, що значна кількість сленгових лексем, що номінують осіб чоловічої статі, позначають негативне ставлення до людини, недостатню кмітливість, характеризують розумові здібності людини, на яку спрямована оцінна лексема, й наслідки цих недоліків, подекуди дають характеристику

осіб за соціальною невлаштованістю. Саме зневажлива характеристика осіб переважно траплялася в ході аналізу сленгових лексем у мові засобів масової комунікації.

Сленгізм *лошара* в мові публіцистики використовують у значенні «примітивна, нікчемна людина» [Кондратюк : 183], він виражає презирливе ставлення мовця напр.: *Політики лише посміхались, мовляв, якийсь «лошара» сидить на візку, – каже Євген. – Якось знайшов вільну земельну ділянку біля метро Славутич («Газета по-українськи», 26.12.2017); Задорнов згадував, як його запросили на передачу Шустера, і він, «як останній лошара», погодився. «А вони там в прямому ефірі ганьблять Росію!», – обурювався («Газета по-українськи», 10.11.2017).* Окрім цього, лексема називає негативні якості людини, що викликає однозначне несхвалення та не відповідає традиційним нормам поведінки, чітко розмежовує поняття «добре» і «погане» в аксіологічних орієнтирах.

Особливе зацікавлення в оцінці особистих якостей людини викликають зооморфічні метафори, які часто використовують у сленговій комунікації. До них належить сленгізм *козел*, він має давні традиції функціонування і в мові арго використовувався у значенні «в'язень, що на зоні намагається прислужитись правоохоронним органам та притискає своїх» [Кондратюк : 164], а в сленговій комунікації, втративши первинне значення, зберігає пейоративність і позначає чоловіка, напр.: *Із дитинства чоловіки мають прізвиська, часто за назвами тварин: мураха, свиня, козел, баран («Газета по-українськи», 23.02.2018); Ось так, бомблять снігоприбиральні машини, а потім говорять, що Кличко – козел, сніг не прибирає («Газета по-українськи», 18.12.2017).* Лексема вкрай зневажливо характеризує осіб чоловічої статі, є образливою й надзвичайно розповсюдженою в багатьох сферах усного мовлення, засобах масової комунікації, найчастіше – як цитування чужого висловлення, напр.: *Селезньов хоче, щоб футболістів збірної поважали, а не називали «козлами і виродками» (заг.)» («Znaj.ua», 21.06.2016); Колишній народний депутат Михайло Добкін заявив, що учасники Майдану нібито «бояться зізнатися», що їх «обдурили», при цьому він обізвав їх козлами та ідіотами («Znaj.ua», 08.10.2020).*

Варто зауважити, що в аналізованій тематичній групі лексем фігурують переважно зневажливі позначення, з негативним відтінком у значенні, що є показниками розмовного емоційного мовлення. Вибір подібних знижених лексичних засобів у публіцистиці найяскравіше і в повній мірі характеризує реакцію людини на почуте, побачене або пережите. До них належить сленгізм *мудак*, що має значення «дурень» [Кондратюк : 198], напр.: *У нього запитують: «Якщо прем'єр-міністр Гройсман на засіданні уряду скаже, що Медведчук мудак, чи можна буде дати це в ефір?» («Газета по-українськи», 19.06.2019); Та все ж один мудак погодився і повіз кошти в Одесу для отримувача («Газета по-українськи», 16.01.2019).* З подібним значенням і в подібних ситуаціях використовують сленгізм *мудозвон* – придурак [Кондратюк : 198], напр.: *«Я був на конференції неподалік від дачі Солов'їного Посліду і вирішив вам показати, як живе вечірній мудозвон», – написав Гончаренко у тексті до відео («Газета по-українськи», 22.10.2019).*

Спостерігаємо негативно-оцінну конотацію, що виникає у зв'язку з негативною реакцією на людину або дії, пов'язані з нею у функціонуванні сленгової лексеми *пацук* – «хлопець» [Кондратюк : 224], напр.: *Пацукі кажуть, могла одним пострілом двох прибрати («Газета по-українськи», 05.06.2019); Ну наші пацукі теж слухають. Кажуть, колядки круті, але голос у мене не дуже. Проте заради пов'ялих вух сепарів готові терпіти («Газета по-українськи», 07.01.2017).*

У мові публіцистики фіксуємо також сленгові одиниці з компонентом оцінки, що характеризують особу відповідно до місця в соціумі, економічного становища, скажімо, *мажор* – «дитина багатих батьків» [Кондратюк : 186], напр.: *Могли вбити «мажори»: нові подробиці загадкової загибелі 14-річного хлопця («Газета по-українськи», 01.11.2019); Найбільше не хочу, щоб мої діти були мажорами («Газета по-українськи», 22.10.2019).*

Практично всі елементи сленгових одиниць мають негативні характеристики осіб, виражають негативне ставлення до співбесідника й підтверджують їхню здатність виражати ілокутивну функцію – образити та принизити людину, показати незадоволення його

поведінкою чи діями. До таких належить сленгізм *салабон* – «новобранець-військово-службовець» [Кондратюк : 269], напр.: *Бо така вже, видно, моя доля. Вічний салабон. У всьому* («Газета по-українськи», 09.02.2018); *Там «салабони» приходять, а я досвідчений. Я повинен їх навчати* («Газета по-українськи», 02.07.2017); *Тим більше, що вони тут від самого початку це ж не такі салабони, як ми* («Газета по-українськи», 19.08.2014). Таке ж значення має сленгова лексема *салага* – «солдат першого року служби» [Кондратюк : 269], напр.: *Але й вони мене заспокоїли – переляканого, тоді ще наївного салагу в рожевих окулярах* («Газета по-українськи», 27.01.2019); *Очиці сірі, колючі, й весь насмішкуватий, бо для нього ми, навіть оті квадратні полковники салаги, він починав кар'єру раніше* («Газета по-українськи», 27.01.2019); *Завалюю, бачу салага дригається під касетний магнітофон* («Газета по-українськи», 27.03.2014).

Висновки. На основі здійсненого аналізу можна зробити висновки про те, що в засобах масової комунікації представлена значна кількість сленгових одиниць. Засобами сленгу в мові сучасної публіцистики відображають важливі види діяльності людини: фізичну, інтелектуальну й мовленнєву. Сленгізми характеризують поведінку, емоції, бажання, психічні стани, рівень професійності, сферу розваг і відпочинку. Найменш детально означена сленговими лексемами фізична діяльність та зовнішній вигляд людини, проте в контекстах, де ми їх

фіксуємо, вони зазвичай передані зооморфними метафорами.

Значна кількість соціально маркованих сленгових одиниць містить оцінну характеристику соціально значущих, політичних, економічних і культурних чинників життя людини, проте, як засвідчує дослідження, ця оцінка пейоративна, адже позначає негативні явища в державі, суспільстві, взаєминах і стосунках між людьми.

Деякі кримінальні жаргонізми перейшли в сленг і функціонують у певних значеннях. Наявність семантичних і стилістичних відтінків сленгового слова свідчить про його розвиток, трансформаційні зміни властивостей у порівнянні із жаргоном.

Використання жаргонної та сленгової лексики – це закономірне явище мови засобів масової комунікації початку ХХІ століття. Дотепер субстандартну лексику вживали в традиційних функціях: відтворення реального середовища, ситуації спілкування, як засіб мовної характеристики, цитатний виклад фактів, із метою мовної економії тощо. Однак наше дослідження показує, що на початку ХХІ століття жаргонна та сленгова лексика функціонують у публіцистиці в нових виявах, зокрема, як: семантичний конденсат тексту; креативний засіб; засіб залучення уваги до теми чи проблеми публікації; актуальна лексична одиниця сучасної розмовної мови; виразно-образний засіб тексту; засіб експлікації громадської оцінки певного явища дійсності; засіб створення іронії та експлікації «антинорми».

ЛІТЕРАТУРА

1. Боднар Р. В. Соціолект підлітків як субкультура сучасного лінгвосоціуму (на матеріалі англійської мови 90-х років ХХ – початку ХХІ століття) : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступ. канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2007. 20 с.
2. Бондаренко К. Л. Лінгвокультурні особливості українського та англійського сленгу : автореф. дис. ... на здобуття канд. філол. наук : 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство». Донецьк, 2007. 19 с.
3. Грабовий П. М. Когнітивні параметри українського молодіжного сленгу : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2010. 18 с.
4. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу. Харків : Фоліо, 2006. 350 с.
5. Мартос С. А. Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Луганськ, 2006. 20 с.
6. Щур І. І. Українськомовний комп'ютерний сленг : формування і функціонування : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2006. 20 с.

REFERENCES

1. Bodnar, R. V. (2007) Sotsiolekt pidlitkiv yak subkultura suchasnoho linhvosoetsiumu (na materialii anhliiskoi movy 90-kh rokiv KhKh – pochatku XXI stolittia) : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stup. kand. filol. nauk : 10.02.04 «Hermanski movy». Kyiv, 20 p. [in Ukraine].
2. Bondarenko, K. L. (2007) Linhvokulturni osoblyvosti ukrainskoho ta anhliiskoho slenhu : avtoref. dys. na zdobuttia kand. filol. nauk : 10.02.17 «Porivnialno-istorychne i typolohichne movoznavstvo». Donetsk, 19 p. [in Ukraine].

3. Hrabovyi, P. M. (2010) Kohnityvni parametry ukrainskoho molodizhnoho slenhu : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 «Ukrainska mova». Kyiv, 18 p. [in Ukraine].
4. Kondratiuk T. M. (2008) Slovnyk suchasnoho ukrainskoho slenhu. Kharkiv : Folio, 350 p. [in Ukraine].
5. Martos, S. A. (2006) Molodizhnyi slenhu u movlennivii strukturi m. Khersona : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 «Ukrainska mova». Luhansk, 20 p. [in Ukraine].
6. Shchur, I. I. (2006) Ukrainskomovnyi kompiuternyi slenhu : formuvannia i funktsionuvannia : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 «Ukrainska mova». Kyiv, 20 p. [in Ukraine].

T. M. LEVCHENKO

Doctor of Philology,

Associate Professor at the Department of Ukrainian Linguistics and Methods of Education,

Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav, Pereiaslav, Kyiv region, Ukraine

E-mail: tanyalevchenko2010@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-4275-7701>

**SLENGISMS ON THE IDENTIFICATION OF MALE PERSONS
IN THE LANGUAGE OF MODERN MASMEDIA**

The article states that youth subculture and slang are closely related, as they arise from the necessity for young people to socialize and at the same time actively express themselves. Emphasis is placed on the fact that modern mass media reflect the specifics of the life of each generation, become a means of identification, differentiation of different youth groups and a form of self-expression. New lexical means are constantly appearing in the language of mass media, which allow to concisely and accurately convey the moods, experiences, thoughts, impressions and emotions of young people. It is stated that the language of the youth subculture is always extremely expressive, concise, informative, it is characterized by elements of colloquialism, sometimes rude and familiar color. These processes are especially relevant in the functioning of the lexemes of the following thematic groups. In order to influence the audience, the authors of the publications use the nominations of these thematic groups, which are actively used in modern society and understood by young readers. It was found that they are often used in publications on politics, economics, crime, elections, sports. Quite often with their help the authors of publications reproduce the color of the youth environment, describe the realities of today's youth, characterize and evaluate socio-political processes in Ukraine. It is established that the source of expression of modern journalism are numerous slang units that allow to convey positive or negative emotions, mental states, emphasize the grossly ironic tone of the texts. Relevant for the modern reader slang units allow to accurately and succinctly describe the phenomenon that is mentioned in the publications, violating the criteria of stylistic appropriateness, ethics and aesthetics of the Ukrainian language. The collected factual material confirms that the functioning of slang units in the media space indicates a high degree of stratification of modern society and its instability. In addition, in modern journalism we see a decline in language and general culture, literacy, replacement of true values by standard foreign models.

Key words: language of mass media, slang, substandard vocabulary, thematic groups, evaluation.