

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY
Pedagogical Faculty of Romance, Germanic and Ukrainian Philology**

Department of Ukrainian Philology

**Master's Thesis
in Ukrainian Language on Topic:**

**«CATEGORY OF ASSESSMENT OF MODERN UKRAINIAN
YOUTH SOCIOELECT»**

By student of group S1 53 (ukr)-21
Pedagogical Faculty of Romance,
Germanic and Ukrainian Philology,
full-time form of studies,
educational program «Ukrainian Language
and
Literature, English Language,
Editing of Educational Publications»,
speciality 014 Education
(014.01 Ukrainian language and literature)
Kotomova Kateryna Ivanivna

Approved for thesis defense
«____»____ ____ year

Head of Department

(signature) prof. M.P.Bahan
(full name)

Academic Adviser:
Myroslava P. Bahan,
Doctor of Science (Philology), Professor

National grade _____
Mark _____
ECTS grade _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ ОЦІНКИ ТА МОЛОДІЖНОГО СОЦІОЛЕКТУ.....	8
1.1. Категорія оцінки як важливий компонент комунікації.....	8
1.2. Типологія оцінних значень та способів їх вираження.....	11
1.3. Специфіка молодіжного мовлення.....	17
1.4. Сленг як особливий соціолект сучасного українського комунікативного простору.....	19
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. ОЦІННІСТЬ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ	31
2.1. Семантичні групи позитивнооцінних сленгових номінацій	31
2.2. Семантична типологія негативнооцінних сленгових номінацій.....	36
2.3. Способи формування лексичної оцінності	41
2.3.1. Суфіксальне вираження оцінки.....	43
2.3.2. Оцінні метафори сучасного українського молодіжного сленгу.....	45
2.4. Оцінні фразеологізми у мовленні сучасної української молоді.....	50
2.5. Узвичаєні синтаксичні структури оцінного призначення у мовленні сучасної української молоді.....	52
Висновки до розділу 2.....	56
РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАТИВНІ ВИЯВИ КАТЕГОРІЇ ОЦІНКИ У МОЛОДІЖНОМУ СПІЛКУВАННІ.....	58
3.1. Оцінні засоби молоді в офіційному спілкуванні.....	58
3.2. Специфіка компліментарного молодіжного мовлення.....	60
3.3. Проблема молодіжних конфліктів на тлі різного оцінного сприйняття об'єктів довкілля.....	65
3.4. Гендерний аспект уживання оцінної лексики в середовищі молоді.....	67
Висновки до розділу 3.....	69
ВИСНОВКИ.....	72

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	77
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85
SUMMARY.....	86

ВСТУП

У сучасному мовознавстві одним із актуальних питань є проблема оцінних значень та засобів їх вираження в мові і мовленні. Під час пізнання різних явищ та об'єктів духовного і матеріального світу людська свідомість має на меті не тільки об'єктивно відобразити світ, для неї також характерна оцінна діяльність. Суб'єкт формує своє ставлення до об'єктів невербальної дійсності, яке ґрунтується на оцінці цих об'єктів.

Щоб оцінити предмет, людина має «пропустити» його через власне сприйняття. Оцінка відображає перш за все відображає природу особистості. У нашій мові ми оцінюємо те, що потрібно (фізично і духовно) людині та Людству.

Категорію оцінки пов'язують із онтологією людської свідомості, її інтерпретаційною функцією та тією, що відображає модель світу. Поняття оцінки зустрічається скрізь, де суб'єкт пізнання взаємодіє з об'єктивним світом. Індивід завжди оцінює себе та оточуючих, свою ефективність, виражає ставлення різними засобами в процесі спілкування.

Кожна людина усвідомлює важливість об'єктів, а саме оцінює їх, класифікує властивості як позитивні чи негативні. Саме тому категорія оцінки є способом відображення антропоцентризму, і цьому аспекту оцінної лексики присвячено багато досліджень у сучасній лінгвістиці.

Поряд із значною кількістю оціночних тлумачень, а саме: комунікативних (схвалення чи несхвалення), емоційних (приємно чи неприємно), якісних (добре чи погано), раціональних (корисно чи шкідливо) та інших в основі яких лежить проблема значення об'єкта, що характеризує значущість предмета для ідентифікованого суб'єкта. Оцінні висловлювання поєднують інформацію про навколишній світ і ставлення до нього мовця, що є приводом для кваліфікованого сприйняття сказаного. Тому мета оцінки – не просто назвати, але і охарактеризувати явище, предмет реальної дійсності, висловити ставлення до нього мовця.

Дуже важливу роль у комунікативному процесі відіграють оцінні явища. Науковці пишуть про те, що категорія оцінки є однією із найбільших в мовній картині мовця, тому що її значення несе в собі ціннісну систему навколишнього світу та цінність людини в ній, яка об'єктивується в певній формі, способу у мовних одиницях.

Багато вчених присвячують свої роботи проблемі взаємодії оцінки та емоцій, але дуже часто у таких роботах їх погляди відрізняються. До прикладу, В. Шаховський «...розглядає оцінку та емоції як одне ціле» (Шаховський 1987, с.67). Дослідник Є. Вольф пояснює компоненти емоційності і оцінності, як «...частина та ціле» (Вольф 2009, с.144).

Крім того, також багато досліджень виконано в «...рамках контрастивної лінгвістики, у яких проводиться порівняльний аналіз оцінних одиниць у різних мовах». Великий внесок у такі наукові дослідження зробила А. Вежбицька (Вежбицька 2007, с.67).

Вивченням різних аспектів молодіжного сленгу займалися такі вчені, як В. Балабін, В. Вілюман, І. Гальперін, В. Дорда та ін.

Актуальність теми магістерської роботи зумовлена відсутністю детального дослідження і вивчення питання категорії оцінки молодіжного соціолекту, не розв'язана проблема чіткого розрізнення понять «жаргон», «сленг» і «арго», детально не вивчено семантичні групи позитивнооцінних та негативнооцінних сленгових номінацій, не розкрито специфіку компліментарного молодіжного мовлення та проблеми молодіжних конфліктів на тлі різного оцінного сприйняття об'єктів довкілля; не обґрунтовано гендерний аспект уживання оцінної лексики в середовищі молоді.

Об'єктом дослідження слугує категорія оцінки сучасного українського молодіжного соціолекту.

Предмет дослідження – структурно-семантичні особливості формування оцінних значень молодіжного соціолекту.

Мета дослідження – систематизувати теоретичні аспекти категорії оцінки сучасного молодіжного соціолекту, формування лексичної оцінності та комунікативні вияви у молодіжному спілкуванні української мови.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- 1) узагальнити теоретичні аспекти вивчення категорії оцінки та молодіжного соціолекту;
- 2) висвітлити типологію оцінних значень та способів їх вираження, специфіку молодіжного мовлення;
- 3) дослідити семантичні групи позитивнооцінних та негативнооцінних сленгових номінацій;
- 4) проаналізувати способи формування лексичної оцінності;
- 5) виявити оцінні засоби молоді в офіційному спілкуванні;
- 6) з'ясувати та розкрити специфіку компліментарного молодіжного мовлення та проблеми молодіжних конфліктів на тлі різного оцінного сприйняття об'єктів довкілля;
- 7) обґрунтувати гендерний аспект уживання оцінної лексики в середовищі молоді.

Методи дослідження. Комплексний характер дослідження умов застосування ряду загальнонаукових і конкретно-наукових методів, використовувалися також загальнонаукові методи аналізу та синтезу (для опрацювання теоретичних джерел з досліджуваної проблеми); загальнонауковий метод класифікації, на основі якого виділяється типологія оціночних величин.

У роботі також використовувалися лінгвістичні методи, як структурно-семантичний розбір; функціональний аналіз і контекстний аналіз; метод порівняльного аналізу.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає в поглибленому вивченні типології оцінних значень та способів формування молодіжного сленгу, досліджено семантичні групи позитивно та негативнооцінних сленгових номінацій, виявлено оцінні метафори та фразеологізми сучасного

молодіжного сленгу та проаналізовано комунікативні вияви категорії оцінки в молодіжному спілкуванні.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали кваліфікаційного дослідження можуть бути використані у вивченні курсу «Сучасна українська літературна мова», а саме розділів «Лексикологія», «Словотвір» в середніх та вищих навчальних закладах, у подальших наукових дослідженнях лексики сучасної української мови.

Апробація. Результати дослідження апробовано на конференції Міжнародна науково-практична відеоконференція «AD ORBEM PER LINGUAS», що відбулася у Київському національному лінгвістичному університеті 25 травня 2022 року. За результатами виступу опубліковано тези на тему «Категорія оцінки сучасного молодіжного сленгу».

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі змісту, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, списку лексикографічних джерел та англійськомовної анотації.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ ОЦІНКИ ТА МОЛОДІЖНОГО СОЦІОЛЕКТУ

1.1. Категорія оцінки як важливий компонент комунікації

Сучасний етап розвитку суспільства великого значення надає ціннісному аспекту життя. Оцінка, як процес формування ціннісних відносин між суб'єктом і об'єктом, є складовою частиною процесу відтворення реальної структурної дійсності і має пізнавальну природу. У ході пізнання навколишнього світу особистість завжди буде оцінювати явища і факти з точки зору правдивості, висловлюючи своє ставлення до них, саме тому цей процес містить свій відбиток у мові. Проте у мові, яка є засобом спілкування, містяться різного виду оцінки. Тому, вивчаючи будову мови та її особливості, необхідно ретельно вивчати лексику, а саме способи передачі оцінки та її види. Мова виступає як засіб репрезентації реального світу у світ ідей, а саме її елементи створюють інтелектуально-оцінні форми пізнання світу.

Оцінка та їх зміст є точкою дотику філософів і лінгвістів. Інтерес до них викликаний недостатньою чіткістю критеріїв оцінювання. «Визначення критеріїв (основ, причин) застосування оцінок до певних класів об'єктів, оціночний компонент у складі конотативного макрокомпонента пов'язаний з образною основою фразеологізмів. Характеризуючи предмети реальної автентичності, суб'єкт завжди оцінює їх» (Мартин 2014, с.18).

З визначенням дефініції образних уявлень проаналізовано компонентний склад фразеологічних одиниць на позначення розумової діяльності людини. Дуже важливо приділяти увагу семантично опорним словам, адже саме вони визначають тему, моделюють образність, а також безпосередньо пов'язані з ними компоненти відображають нову інформацію, уточнюють відтінки змісту. Якщо багато термінів, які важливі для людини абстрактні, або нечітко визначені в досвіді, то перш за все потрібно застосовувати поняття, які більш зрозумілі. Важливо зазначити, що психологи не визначили, скільки емоцій може відчувати людина.

Кожній людині властивий оцінний підхід до навколишньої дійсності, її сприйняття крізь призму певної системи норм і цінностей. Поняття оцінки створюється як «...абсолютний і необхідний елемент картини світу окремих індивідів і цілих націй, тому що все, що відбувається у світі, має схвалення, нейтральне чи негативне, залежно від усталених норм, правил і особистих переконань» (Мартин 2014, с.18).

Безсумнівно, існує специфічна динаміка оцінки, яка відображає непостійність якостей людини та світу, веде до трансформації мовних процесів та мовних одиниць, значення яких у мовній свідомості та діяльності незаперечне, а тому їх необхідно описати і вивчити.

Кожне слово у мовній формі пов'язане з тим чи іншим оцінним відтінком або наявною в ньому можливістю, яке реалізується в різних конкретних ситуаціях. Категорія оцінки несе в собі практично весь словниковий склад будь-якої мови і прирівнюється до семантичних універсалій. Оцінні слова характеризуються «...високою частотністю, а також великою різноманітністю як за структурою, так і за семантичними відношеннями, які вони виражають. Усі ці чинники зумовлюють інтерес лінгвістів до цієї семантичної категорії та актуальність досліджень у цьому напрямку» (Гуйванюк 2011, с.89).

Взаємозв'язок емоції та оцінки є однією із головних проблем у процесі аналізу емоційних станів. Наші почуття до людей, мови та подій показують, наскільки ми їх оцінюємо. «...Емоції - це почуття, а не сприйняття, а оцінка - це здатність людини відчувати почуття і на їх основі робити висновки про моральні та естетичні цінності. Всі емоції самі по собі складаються з позитивного чи негативного оцінного компонента. Але в той же час ціннісні характеристики, які привносять емоції, можуть не збігатися з моральними цінностями» (Гуйванюк 2011, с.90).

Питання категорії оцінки безпосередньо пов'язано із аксіологією. Аксіологія – це наука про цінності, які є узагальненими істотними прагненнями до вияву благ, які важливі для людини, що є предметом її

бажання, прагнення, інтересу. В аксіологічних концепціях первинним є поняття цінностей.

Цінності – це «...соціальні, соціально-психологічні ідеї та погляди, які поділяє та успадковує кожне нове покоління» (Мартин 2014, с.18). Оцінка розглядається як «...фактор, що формує ціннісну картину світу, оскільки ціннісні прояви притаманні кожній культурі. Ціннісна картина суспільства включає певний набір та ієрархію цінностей» (Мартин 2014, с.18). Процес оцінювання – це «...можливість усвідомлення цінності об'єкта, усвідомлення суб'єктом ціннісної об'єктивності об'єкта, які реалізуються у формі судження про об'єкт цінності, який став предметом оцінки» (Мартин 2014, с.18). Оцінка ґрунтується на «...людських знаннях, уявленнях, а також на системі національно-культурних стереотипів. Таким чином, категорія мовної оцінки виявляється основним способом відображення системи значень у мові. (Мартин 2014, с.18).

У науці виділяється багато визначених понять оцінки, оскільки деякі її оцінки передбачають «...соціально закріплене ставлення носіїв мови (добре – погано, добре – погано) до немовленнєвого об'єкта і до явищ мови і мовлення» (Мартин 2014, с. 18); інші пояснюють це з точки зору семантики: «...оцінка – це категорія, яка об'єднує всі засоби, які сучасна мова має у своєму розпорядженні для категоризації та позначення контрастних оцінних значень, мотивованих зв'язками між мовцем і дією» (Мартин 2014, с.18). Картина цінностей суспільства складається з «...певного набору цінностей та їх ієрархії. Оцінка ґрунтується на знаннях людини, її проявах і системі національно-культурних стандартів» (Мартин 2014, с.18). Отже, категорія мовної оцінки визначається основним способом відображення системи значень у мові.

Оцінка пов'язана з аксіологічною категорією оцінки, яка відображається в результаті пізнання цінності явищ навколишнього середовища. Кожній людині властивий оціночний підхід до життєвих фактів, їх сприйняття через систему власних чи загальноприйнятих цінностей, норм і законів.

Оцінка являє собою в численних проявах «...комплексну семантично полярну пару предикатів «добро/зло» («хороший/поганий»), які сприяють експлікації на всіх мовних рівнях цінності об'єкта для людини. Тому категорія оцінки заслуговує всебічного дослідження» (Nagel 2008, p. 19).

Категорія оцінки привертає увагу багатьох українських та зарубіжних мовознавців, її описують в логіко-семантичному (О. Вольф, Н. Арутюнова, О. Трунова, В. Федосєєв), семантично-прагматичному (Т. Космеда, Т. Маркелова) та комунікативних (Н. Гуйванюк, Н. Іваницька, Д. Перрі) аспекті.

Проте жодне дослідження не демонструє огляду всієї сукупності різноманітних класифікацій, відсутній також лінгвостилістичний аналіз художніх та публіцистичних текстів, який би проілюстрував усі типи оцінки. Універсальність же цієї категорії зумовлює актуальність її вивчення, про що свідчать наукові дослідження, присвячені цій проблемі, наприклад, І. Онищенко «Категорія оцінки та засоби її вираження».

1.2. Типологія оцінних значень та способів їх вираження.

Оцінка – це загальна категорія, яка «...виражає позитивне чи негативне ставлення того хто говорить до змісту мовлення і визначається в частинах слів, вигуках, модальних частках, повнозначних лексемах, словосполученнях, словосполученнях, у мовленнєвих діях та аксіологічних категоріях» (Нагель 2008, с.149).

О. Вольф до складу структури оцінки відносить такі складові: «...суб'єкт оцінки (індивід, соціум, частина соціуму), об'єкт оцінки (предмет, явище чи особа дійсності), власне оцінка (оцінний предикат), предмет оцінки (співбесідник), оцінна шкала (порівняння зі стандартом), оцінний стереотип (еталон, зразок норми), підґрунтя оцінки (критерій, мотив оцінки)» (Вольф 2009, с.200).

Складна багатокomпонентна структура оцінки зумовлює існування різноманітних за критеріями і функціями класифікацій цієї категорії. Слід

зазначити, що ні в соціології, ні в антропології, ні в лінгвістичній аксіології немає загальноприйнятого розподілу оцінних значень.

В. Нагель виділив такі різновиди оцінок (Мартин 2007, с.283):

- 1) інструментальну (оцінка знарядь, інструментів);
- 2) технічну (оцінка здібності, майстерності);
- 3) оцінку сприятливості (спрямованість на досягнення позитивного ефекту);
- 4) медичну (оцінка функцій органів тіла та здібностей розуму);
- 5) утилітарну (оцінка корисності, придатності);
- 6) гедоністичну (оцінка задоволення).

За семантикою предикатів оцінки та синтаксичною структурою О. Вольф протиставляє два предикати – *de dicto* і *de re* (Вольф 2009, с.200).

Оцінка *de dicto* виявляється при порівнянні у структурі речення (судження) і виражається, як правило, оцінними прислівниками, наприклад: «Добре, що ти мене розумієш!» і модальними виразами: «На жаль, я цього не знав». Оцінка *de re* характеризує безпосередньо об'єкти й виражається в мові прикметниками: прекрасний помічник, іменниками: кляча та рідше дієсловами, наприклад: «Мені не подобається її зачіска». Розглядаючи оцінну модальність, мовознавці (О. Вольф) оцінку *de dicto* співвідносять із «...порівняльною оцінкою, яка передбачає експліцитно виражене в реченні порівняння, оцінці *de re* відповідає абсолютна оцінка, що містить імпліцитне порівняння» (Вольф 2009, с.200).

Крім того, у працях О. Вольф наявний поділ оцінки на емоційну та раціональну. Під емоційною оцінкою розуміється «...безпосередня реакція на об'єкт (вигуки, афективні слова, інвективна лексика), раціональна оцінка передбачає оцінне судження (аксіологічні предикати)». Пор.: «Ах!», «Добре!», «Негіднику!» – «Я вважаю, що це добре!», «Він вчинив погано!» (Вольф 2009, с.201).

Оцінка – це «...композиційна семантична структура слова як мовної одиниці, що вказує на певну оцінку предметів і явищ. Оціночні значення

науковці поділяють на загально оціночні та частково оцінні» (Вольф 2009, с.200).

До перших належать прикметники хороший (гарний) та поганий, які виражають повну оцінку об'єкта. До другого типу оцінних значень зараховують ад'єктиви, що виражають один аспект об'єкта оцінки з погляду аксіологічної характеристики, наприклад: талановитий, дурний, нахабний.

У процесі взаємодії суб'єкту оцінювання з його об'єктом відбувається класифікація оцінюваних цінностей за Н. Арутюновою. Дослідниця виділяє три групи частково-оцінних значень: «...чуттєві; сублімовані; раціоналістичні оцінки» (Арутюнова 1985, с. 15), які за своїм оформленням поділяються на категорії, виражені цією мовою також у помітних формах.

Так, до складу сенсорної групи відносять сенсорно-смакові та психологічні оцінки. Сенсорно-смакова оцінка – найбільш індивідуалізований різновид, пов'язаний із фізичними відчуттями та психічним досвідом (наприклад: приємний – неприємний, смачний – несмачний). Психологічна категорія поділяється на інтелектуальну (цікавий, захоплюючий – нудний, поверховий) та емоційну оцінки (веселий – сумний).

Сублімована оцінка – складає естетичні та етичні категорії, що базуються на синтезі сенсорних оцінок та понятті норми, наприклад: прекрасний – потворний, моральний – аморальний.

До групи раціоналістичних оцінок уходять утилітарні, нормативні й телеологічні. Ці оцінки пов'язані із практичною діяльністю, досвідом особистості, фізичними та психічними властивостями тощо, наприклад: корисний – шкідливий, нормальний – ненормальний, якісний – неякісний, ефективний – неефективний.

Спираючись на класифікацію Н. Арутюнової, дослідниця Т. Вендіна виділяє наступні види оцінок: «...оцінка-афектив, яка відображає безпосереднє чуттєве сприйняття зовнішнього світу; оцінка-когнітив: раціоналістична, психологічна (емоційна та інтелектуальна) оцінка; оцінка-сублімат: естетична та етична оцінка» (Вендіна 2014, с.70).

Дослідниця О. Бессонова описує модель оцінного тезауруса, до складу якого входять чотири аксіологічні рівні: «сенсорні; життєві; духовні; абсолютні» (Бессонова 2005, с.244).

О. Федотова наводить також свою класифікацію оцінок та виділяє: «...оцінки за підґрунтям – емпіричні (сприймаються органами чуття) і мотивовані (формуються в процесі пізнання)» (Федотова 1996, с.196).

Дослідник О. Івін класифікує оцінки на «...внутрішні (чуттєві) та зовнішні, або утилітарні оцінки» (Івін 1970, с.70).

Отже, оцінні категорії, які описує Н. Арутюнова дослідники поєднують у різні групи і наводять власні номінації цих груп.

Поняття емоційної, естетичної, етичної та раціональної оцінки присутні й у дослідженні Л. Чернейко, але деякі з них тлумачать інакше, ніж у згадуваних вище вчених. Так, під емоційною оцінкою Л. Чернейко розуміє сенсорні відчуття, а з естетичними та етичними оцінками пов'язують параметри «прекрасний/потворний» та поняття загальноприйнятої норми (Чернейко 1990, с.76).

Раціональна оцінка слова полягає в розумінні суб'єктом оцінки невідповідності між функцією оцінної лексеми та її семантичним статусом. Тобто під раціональною оцінністю Л. Чернейко розуміє використання замість «відкритих», негативних номінацій «делікатних», «м'яких», а абсолютним синонімом раціонального значення лексеми, на думку дослідника, виступає слово-евфемізм (Чернейко 1990, с.76), наприклад: анонімка – лист без підпису; карцер – ізолятор. Крім вищезгаданих типів оцінки, учений виокремлює так звані «лінгвістичні оцінки», пов'язані зі стилістичною та хронологічною класифікацією лексики на розмовну, урочисту, запозичену, архаїчну тощо. Лінгвістичні оцінки слова відображають «осмислення мовцем невідповідності функції слова його стилістичному статусу, невідповідності імені та ситуації повідомлення», наприклад: будинок відпочинку – профілакторій; церква – пишний храм (Чернейко 1990, с.76).

Однією із найвизначніших класифікацій за оцінною шкалою є та яка описує позитивні, нейтральні та негативні оцінки. На рівні мовлення можливі «...трансформації названих типів оцінок: в умовах контексту нейтральні лексеми набувають позитивного або негативного забарвлення; позитивне переходить у негативне, а негативне – у позитивне» (Шапочка 2013, с.110).

Залежно від контекстуального варіювання оцінної конотації лексеми мають «...пряме номінативно-оцінне значення та переносне номінативно-оцінне значення. Такий лінгвістичний аналіз оцінки знайшов своє відображення в поділі оцінних назв на власне оцінні (з первинним оцінним значенням) і контекстуально-оцінні (з первинним нейтральним значенням, які набувають у контексті оцінних конотацій)» (Шапочка 2013, с. 110).

Лінгвістичний аналіз оцінних значень за принципом синхронної мотивації слова дає можливість класифікувати досліджувані значення на ті, що «...мають умотивовану оцінність, та на значення, які характеризуються невмотивованою оцінною конотацією». Умотивована оцінність виявляється в «...процесі семантичного, граматичного або стилістичного синхронного аналізу (наприклад, трудяга, блюдолиз, брехун)». Номінації з невмотивованою оцінністю розкривають «...свою специфіку лише в плані діахронії (наприклад, фанатик, ханжа, дока)» (Шапочка 2013, с.110).

Інший критерій класифікації оцінних значень пропонує А. Голованевський, який за вираженням оцінного компонента розподіляє оцінні значення на «...емоційно-оцінні та ідеологічно-оцінні» (Голованевський 2002, с.79).

Специфіка останніх полягає в змінності, перехідному характері; оцінність цієї лексики формується і функціонує лише в межах певних суспільних відносин та ідеологічної системи. Нівелювання оцінної конотації можна проілюструвати визначенням поняття «капіталізм» у радянські часи та його сучасним тлумаченням.

Розглядаючи категорію оцінки у функціонально-прагматичному аспекті, дослідники С. Проскуркіна, Н. Василькова репрезентують оцінні судження в

двох різновидах: 1. Судження, у яких об'єкт оцінки експліцитно виражений, наприклад: «Дивна річ! Всі сміялися, коли треба було плакати»; 2. Судження, у яких об'єкт оцінки прямо не називається: «Я навіть не знаю, що робити. Який жах» (Проскуркіна 2013, с.58).

Речення, що містять оцінку, характеризуються специфічним додатковим компонентом у структурі оцінки – лімітативом, який звужує сферу поширення оцінки, наприклад: «Йому краще не співати» (йому – суб'єктний лімітатив); «Без натхнення писати важко» (без натхнення – умовний лімітатив) (Проскуркіна 2013, с.58).

Отже, узагальнюючи розглянуті класифікації оцінок й оцінних значень, зазначимо, що в мовознавстві розрізняють такі їх типи:

- 1) оцінка de dicto і de re;
 - 2) абсолютна/порівняльна;
 - 3) емоційна/раціональна;
 - 4) сенсорна/сублімована/раціоналістична;
 - 5) емпірична/мотивована, або прагматична/відносна, або внутрішня/зовнішня;
 - 6) оцінка-афектив/оцінка-когнітив/оцінка-сублімат;
 - 7) загальнооцінні/частковооцінні значення;
 - 8) емоційно-оцінні/ідеологічно-оцінні значення;
 - 9) власне оцінні/контекстуально оцінні значення;
 - 10) імпліцитно виражені/експліцитно виражені оцінні значення
- (Проскуркіна 2013, с.58).

Комплексне дослідження існуючих у лінгвістиці класифікацій оцінки дає можливість зробити висновки про багатогранність оцінки як мовознавчої категорії. Оцінка не виступає постійним компонентом структури певної мовної одиниці, вона нерідко залежить від контекстуального оточення, проявляється на конкретному історичному етапі розвитку мови, обумовлена рівнем матеріальної та духовної культури суспільства та конкретного індивіда. Детальний огляд різновидів оцінки доводить необхідність створення

універсальної класифікації оцінних значень, потребу появи в сучасній термінології загальноприйнятих дефініцій на позначення типів оцінки, що й може стати предметом подальших досліджень окресленої проблеми.

1.3. Специфіка молодіжного мовлення

Мова є особливою формою відображення дійсності. Вона відслідковує зміни, що відбуваються в нашому житті, пов'язані зі зміною культурних орієнтацій, цінностей і установок. Властивості мови і властивості середовища взаємопов'язані. Так само, як підліток не існує поза сім'єю і школою, ці громадські інститути не існують окремо, тим самим впливаючи на мовлення сім'ї підростаючого покоління.

Кожна культурно-історична епоха має свою мову. Мова молоді сьогодні відображає нестабільний культурно-мовний стан нашого суспільства, яке балансує на межі між літературною мовою та жаргоном. Так званий загальний сленг – стриманий стиль мовлення, що розмиває як норми мови, так і норми мовленнєвого етикету – стає поширеним не тільки в загальному спілкуванні, але й у звуках тіла та на радіо. Молодь, будучи переважним носієм жаргону, робить його елементом поп-культури, престижним і необхідним для самовираження. У різні періоди розвитку суспільства мова також була різною. У післяжовтневий період розмовне слово захлинули хвилі вуличної поезії з елементом поп-культури, що в даному випадку робить його престижним і незвичайним для самовпевненості. Прикладів цьому чимало в текстах пісень улюблених молоддю гуртів, насичених сленгом: «ти трясло», «Я вклинився», «Мені все по барабану» та багато інших. (Цимбал 2019, с. 36).

Іншою причиною вживання у молодіжній промові жаргонізмів є потреба молодих людей у самовираженні та зустрічному розумінні. Спілкування із товаришами стає великою цінністю для підлітка. Воно нерідко стає настільки привабливим і важливим, що вчення відсувається на другий план, можливість спілкування з батьком та матір'ю виглядає вже не такою привабливою.

Повноцінне спілкування у молодіжному середовищі неможливе без володіння її мовою.

Найімовірніше, це вияв «мовної хвороби» – бездумності та заперечення норм, примітивізму, властиві підлітковому віці. Мабуть, у певний період зростання молоді доводиться перехворіти на цю хворобу, щоб, подолавши її первісну стихію, усвідомити гідність і силу української мови.

Для молодіжного жаргону характерно, крім відчуженості, емоційно – ігровий початок. Чому, якщо молодь знає, як правильно говорити, вона говорить неправильно? Чому воліє використовувати засуджувані форми мови, знаючи престижні, нормативні? Та просто тому, що вона має іншу систему цінностей, інший престиж, іншу норму – антинорма. І в цій антинормі головний принцип – елемент струсу, щоб шокувати народ, і елемент глузування, щоб було не нудно, кумедно, «прикольно». У цьому й виклик благополучному суспільству, що процвітає, і неприйняття його норм, його зразків, його пристойностей (Чобот 2002, с.131).

Інший ігровий прийом, що використовується в молодіжному жаргоні, – це зближення слів на основі звукової подоби, звукове перенесення: наприклад, *лимон* замість *мільйон*, *мило*, *емеля* замість *e-mail* (від англійського слова електронна пошта). Не встигнувши закріпитися, одні форми мови поступаються місцем іншим: давнє жаргонне мані (від англійського слова *money* – гроші) замінили *бакси* та *бабки*.

З нових мовних жанрів, що мають ігрове спрямування, слід згадати сленг. Новизна його, втім, умовна. Немає його чіткого визначення. Вся лексика тієї чи іншої мови поділяється на літературну та нелітературну. До останньої належить сам сленг, професіоналізм, вульгаризм, жаргонізм. Загальнонаціональна мова – це шар нейтральної лексики. Жаргонні (сленгові) слова поводяться так само, як звичайні. У будь-якого дієслова є сьогодення, минуле і майбутнє, відповідні закінчення. А з абсолютно нового слова (англійської) ми робимо нормальне українське слово (додаємо закінчення,

починаємо його змінювати). Але мова при цьому залишається тою самою. Просто в іншій ситуації використовується інша лексика.

1.4. Сленг як особливий соціолект сучасного українського комунікативного простору

Сленг як своєрідний мовний субстрат привертає увагу філологів яскравим емоційно-експресивним забарвленням, стислістю й образністю, здатністю постійно змінювати межі, що відокремлюють його від мовної норми.

В. Балабін характеризує сленг як «...ненормативну, неофіційну, стилістично скорочену і функціонально обмежену мову, що використовується для реалізації комунікативної, регулятивної, емоційно-експресивної та корпоративної мовленнєвої функцій» (Балабін 2002, с.18).

Ю. Василенко називає сленгом «...молодіжний жаргон і визначає молодіжний сленг як синтезовану лексику різних молодіжних груп та індивідуальної молоді» (Василенко 2002, с.123).

Н. Годун зазначає, що поняття «сленг» вперше було вжито у 1750 році зі значенням «мова вулиці» або, за іншими джерелами, – «образа» (Годун 2018, с.12).

Слово «сленг» походить від англійського *sling* - «кидати» в тому значенні, в якому воно було вжито в яскравому архаїчному виразі *to sling one's jaw* - «говорити жорстокі, образливі речі».

Лінгвістика англійської та французької мов розкриває багато тенденцій в окремих підсистемах мови і не має одного визначення терміну «арго», «жаргон», «сленг».

Сленг – це поняття дуже широке відносно причин і мотивів його використання. У живому, розмовному мовленні, як правило, заохочується продукування і використання молодіжного сленгу:

- 1) «невдоволенням традиційними словами і виразами»;

- 2) «зіткненням з новими обставинами, для яких наявний лексикон виявляється бідним»;
- 3) «прагненням вразити суспільство»;
- 4) «бажанням «правдивого, непідробного» спілкування»;
- 5) «бажанням досягти певного комічного ефекту»;
- 6) «бажанням створити певний стилістичний ефект за допомогою яскравості та експресивності сленгу» (Василенко 2002, с.123).

Сленг – засіб позначення приналежності мовця до соціальної групи. Іншими словами, сленг є «...мовним засобом виділення малої групи у великому суспільстві. Водночас, відокремлюючись від одних і наближаючись до інших, людина певним чином виражає себе» (Годун 2018, с.12).

Виключно літературна мова чи діалект не дають можливості коротко висловити думки та почуття. Особливість сленгу у тому, що його часом дещо грубувата лексика надає можливість експресивно забарвити мовлення, що є важливим для мовлення.

Узагальнення тлумачень поняття сленгу в науковій літературі дозволяє розглядати сленг як лексичний пласт в процесі викладання лексикології, який знаходиться за межами літературної мови, є широко поширеним і загальнозрозумілим в розмовному і професійному мовленні, відрізняється образним колоритом і емоційно-оцінним забарвленням, експресивністю і оригінальністю висловлювання, виступає синонімами слів і словосполучень літературної мови.

Виділяють такі напрямки класифікації сленгу, наприклад: «молодіжний», «дитячий», «студентський», «комп'ютерний», «медичний», «фінансовий», «військовий», «музичний», «кримінальний» тощо (Бондаренко 2017, с.78).

Дослідник М.Бондаренко зазначає, що «...молодіжна мова відображає нестійкий культурно-мовний стан суспільства, що балансує на грані літературної мови та жаргону» (Бондаренко 2017, с.78).

Молодіжний сленг, за Ю. Василенко, «...являє собою окремий пласт національної мови, який відображає певною мірою рівень культури, освіченості, розвитку суспільства» (Василенко 2002, с.76).

Ю. Василенко пише, що «...молодь, як носій молодіжного сленгу, є внутрішньо неоднорідною соціально-демографічною групою, де студентство було і залишається найбільш освіченим прошарком молодого покоління, отже, і мова, якою воно користується буде перебувати в рамках норми, але із появою жаргонізмів, пов'язаних з певним періодом становлення в їхньому житті, процесом навчання» (Василенко 2002, с.76).

Сленг, як найбільш використовуваний функціональний різновид мови для спілкування в «своєму колі», є проявом вікової конфліктності, показником невідповідності запитів студентської молоді можливостям їх реалізації. Ця суперечність знаходить висвітлення в мовній компетенції молодого покоління. За визначенням В. Дорди, молодіжний сленг «...містить лексику як мінімум трьох лексико-стилістичних підсистем: нестандартної розмовної мови, професійного жаргону й вульгаризмів» (Дорда 2008, с.23).

Починаючи з XIV-XV ст. – періоду бурхливого розвитку середньовічної міської культури на Україні – наш народ не мав власної держави, а переважну більшість міського населення складали поляки (згодом, на Наддніпрянщині, росіяни), євреї та, дещо менше, представники інших етносів – циган, німців, вірмен та ін. Саме вони і сформували міську розмовну культуру, молодіжним проявом якої і є сленг.

Одним із важливих факторів є творення сленгу в українському мовному середовищі залишається «постімперський» культурний синдром: збереження і навіть посилення російського впливу на вітчизняну лексику, а особливо ненормативну. Фактично, у цій сфері розвиненою є лише українська лайка, та й то, останнім часом вона носить усе більш фольклорно-етнографічний характер. Слід констатувати відсутність національної форми сленгу. Натомість наявним є калькування російських лексичних одиниць на рівні транслітераційної «українізації»: «гониво» – «гоніво», «отстой».

Таким чином, проаналізувавши різні підходи до тлумачення даних понять, можна сформулювати наступні визначення: «...сленг – соціально зумовлена категорія загального поширення, що перебуває за межами загальноприйнятих мовних норм та реалізується через фонологічні, орфографічні, морфологічні, лексичні та граматичні особливості».

Молодіжний сленг розуміємо як «...сукупність постійно трансформованих мовних засобів високої експресивної сили, що використовуються в спілкуванні молодими людьми, які перебувають у фамільярних, дружніх відносинах».

Молодіжний сленг є «...одним із джерел поповнення лексичного складу мови та одним з елементів культури суспільства. Молодіжний сленг містить лексику як мінімум трьох лексико-стилістичних підсистем: нестандартної розмовної мови, професійного жаргону й вульгаризмів» (Хом'яков 2012, с.123).

Мовні процеси, що відбуваються в молодіжному слензі, допомагають відслідковувати мовні зміни в соціальному контексті. Формування лексикону молодіжного сленгу відбувається за рахунок джерел влади в цілому. Досить важливу роль у формуванні сленгу як відображення молодіжної субкультури відіграє афіксальний спосіб творення нової лексики в молодіжному сленгу.

У фаховій науковій літературі до соціальних діалектизмів традиційно прийнято відносити професіоналізми, вульгаризми, арго, жаргон та сленг. Ця частина лексики вирізняється на основі її розмовного, неофіційного характеру та емоційної забарвленості.

Молодіжний соціолект – не гомогенна мовна субстанція. Він складається з «...загально-молодіжного жаргону, спеціалізованих молодіжних жаргонів, кримінального жаргону, жаргону наркоманів, елементів різних професійних соціолектів» (Мартин 2014, с.18).

Сленг абсолютно протилежний офіційній мові В. Хом'яков, наприклад, розглядає його як основний компонент просторіччя, поділяючи за сферою використання на загальний та спеціальний. На думку дослідника,

«...загальний різновид найчастіше спостерігається у просторіччі, мовне явище, наближене до фамільярно-розмовної мови, що відображається у зневажливо-насмішливих конотаціях, котрі стосуються соціальних, етичних, естетичних та мовних умовностей, правил, обмежень та авторитетів» (Хом'яков 2012, с.123).

Спеціальний сленг характеризується різним ступенем стилістичного значення. Тому особливий сленг вчений трактує як «...нестандартний лексикон певної соціальної групи, що складається зі стилістично різнорідної нестандартної лексики» (Хом'яков 2012, с.123).

«Сленг, – пише Л. Заводна, – це основний компонент просторіччя (норми другого рівня), що включає в себе, з одного боку, соціальні варіанти: професійні та корпоративні жаргони, а з іншого боку, поширену і загальнозрозумілу соціальну мікросистему, дуже неоднорідну за своїм генетичним складом і наближену до норми першого рівня, що має яскраво виражений емоційно-експресивний характер і своєрідний словник, в якому слова і вирази найчастіше імпліцитно передають насмішку над умовностями й авторитетами». В окрему групу дослідник виділив спеціальний сленг, до якого належать слова та словосполучення певного професійного або класового жаргону. Серед основних ознак загальноживаного сленгу можна виділити наступні:

- 1) загальний сленг є загальним і зрозумілим для всіх груп населення;
- 2) має яскраво виражений емоційно-оцінний характер, експресивна функція є домінуючою;
- 3) відповідна стійкість для певного періоду словникового шару, хоча сленгізми легко переходять у розмовні, а також виділяються;
- 4) не є однорідним за своїм генетичним складом, залишаючи його джерела різноманітними;
- 5) неоднорідна за ступенем наближення до розмовної мови, хоча в цілому протистоїть літературній мові;
- 6) іноді має фонетичні, морфологічні та синтаксичні особливості;

7) генетично та функціонально відрізняється від спеціального сленгу (Заводна 2017, с.31).

Вважаємо, що в межах загального сленгу жаргонізми втрачають свій професійно-соціальний характер і стають загальнозрозумілими. У субкультурах суспільства виникає і розвивається спеціальний сленг. Як і жаргон, він допомагає спілкуватися в невеликих професійних групах (поліція, медики, IT-спеціалісти).

Виділяють такі групи спеціальної сленгової лексики:

- сленгізми підліткові (*бро (брат), кльово, клас*);
- сленгізми студентські (*братська могила (гуртожиток), стіпуха (стипендія, гутак, общага)*);
- сленгізми шкільні (*врубитися (зрозуміти), шпора (шпаргалка), матєша (математика)*);
- сленгізми військові (*бобри (інженерний підрозділ), єноти (десантники), аборт (вилучення зі ствола міни, що дала осічку)*);
- сленгізми футбольні (*дев'ятка (один із верхніх кутів воріт), баня (лава запасних), катати вату (грати без інтересу)*);
- сленгізми морські (*аврал (термінові корабельні справи), вахта (вид корабельного чергування); гражданка (громадська форма одягу)*);
- сленгізми субкультур (*геймери, рокери, косплеєри, нью-ейдж, готи, емо, хіпстери, ванільки, тамблер-гьорл, «корейська хвиля» (кей-попери), анімешники, отаку, фікрайтери тощо*) (Заводна 2017, с.31).

За останні роки людство практично повністю занурилося у полоні інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема Всесвітньої мережі. Тому дослідники виділяють і таке поняття, як Internet-сленг, який створюють та популяризують користувачі, як-от: «*idk – я не знаю, пп – приватні повідомлення, SNS – соціальні мережі тощо*. За стилістичними ознаками сленгізми диференціюємо на звичайні, або нейтральні та згрубілі, або інвективи (нецензурна лексика)».

Один із відомих радянських лінгвістів, лексикограф, дослідник сленгізмів англійської мови І. Гальперін вважав «...неправомірним виділення сленгу в окрему категорію, підкреслюючи, що його слід розглядати як синонім сленгу в англійській мові, а тому поділ на види: військовий, театральний, парламентський, студентський і навіть релігійний недоречний» (Гальперін 1987, с.56).

Дослідниця С. Мартос на основі соціальної диференціації суспільства поділяє весь жаргон відповідно до:

- 1) «субкультурних розшарувань»;
- 2) «за спільністю діяльності»;
- 3) «за інтересами у сфері дозвілля» (Мартос 2003, с.40).

Наприклад, за сферою використання сленг поділяють таким чином:

- у декілька груп об'єднують молодіжний сленг: студентський, учнівський; дуже часто школярі у своєму мовленні вживають слова, які перш за все відображають явища їх учнівського життя наприклад: «*шпора (шпаргалка), врубитися (зрозуміти), матєша (математика)*; у студентському середовищі побутують лексеми *гутак, общага, братська могила (гуртожиток), стіпуха (стипендія)*»;

- сленги комп'ютерні зазвичай саме англійського походження, але на їх основі створюються нові, а саме похідні: «*апгрейд (поліпшення, модернізація), батони, клава (клавіші), масдай (крайній ступінь невдоволення), сідуха (дисковод та диск), юзер (користувач)*»;

- сленги автомобілістів: «*назви деталей, автомобільного обладнання, марок машин тощо: тачка (автомобіль), резина, скати (шини)*» тощо;

- сленги зі сфери музики: «*саундтрек (музичний супровід відеофільму), сингл, сингл (диск з одним-двома треками), сольник (сольний номер, концерт)*».

Крім того, свій сленг мають також книголюби, газетярі, спортсмени, лікарі тощо. Українські дослідники класифікують сленг залежно від розміру

соціальної групи. Вони виділяють соціолект малих соціальних груп: металістів, студентів-комп'ютерників та ін.

Сміливість і відвертість у висловленні власних думок, на нашу думку, стає невід'ємною частиною життя молоді людини у світі, який існує за старими законами. Психологи відзначають, що у кожного покоління була своя мова, а серед міської молоді, яка навчається, поширений молодіжний сленг. Він охоплює величезну кількість ситуацій, виключаючи нецікаві для молоді людини моменти.

Лексичний корпус носія сленгу, звичайно, не може бути незалежним від національної мови, він базується на ній, яка входить до її складу. Його можна вважати рідною візитівкою у світ підростаючого покоління. У науковій літературі акцентується увага на соціолекті молоді: «...сленг сам по собі є складною структурною організацією, що включає до свого складу декілька вужчих підсистем залежно від належності представників молоді до певної соціальної чи соціально-професійної групи, має регіональні та гендерні відмінності у використанні» (Науменко 2013, с.23).

Загальноновизнано, що музичні теми, школа, спорт, поведінка, відносини між людьми і стосунки в суспільстві, оцінка, нетерпимість до настанов і повчань, до положення старших, тема принад і насолод – все це пов'язано з основним. теми. спілкування в молодіжному середовищі. Дослідники по-різному підходять до упорядкування та аналізу різних шарів молодіжної лексики. Наведемо кілька таких класифікацій, проведених за всіма параметрами.

У молодіжному соціолекті дослідниця О. Христенко виокремлює «...ядро, що складає загальноновживаний сленг, його одиниці, що мають зрозумілу широку узагальненість і вживаються людьми різних категорій у загальнолюдському спілкуванні, та периферію» (Христенко 2009, с.20). Периферійні кола в їхньому випадку представлені «...спеціальним сленгом (соціальним жаргоном), у тому числі сленгом професійних груп, а також

особливими підсистемами, що межують із арго замкнутою лексикою» (Христенко 2009, с.20).

Ми звернули нашу увагу на різні типи сленгів, але зосередилися на тій, яка представлена дослідницею О. Христенко:

- «щодо професійної орієнтації виділяють: військову/солдатську, поліцейську, медичну, сленг авіаторів, автомобілістів, художників, комп'ютерний сленг»;

- «щодо способу організації вільного часу, хобі, заняття: хіпі, музикантів, футбольних фанатів, сленг наркоманів тощо»;

- «за сексуальною орієнтацією»;

- «за віком учасників: молодіжний»;

- «за сферою використання: Інтернет-сленг»;

- «розміром групи: сімейний сленг та сленг інших малих соціальних груп» (Христенко 2009, с.20).

Вчені помітили, що протягом життя індивід може належати одночасно до кількох груп, які відрізняються одна від одної та однією мовою відображають вплив на них суспільства.

П. Шлобінські (P. Schlobinski) пропонує наступну характеристику молодіжної мови: «ономатопоетика, англіцизми, ідіоматика/вирази; модифікатори; алітерація, специфічна лексика соціальних груп, комунікативні частки, лексичні новотвори» (Schlobinski 2015, с.15).

Специфічні ознаки молодіжного сленгу виокремлює А. Ласт (A. Last): «англіцизми; підсилення слів; новотвори; гіперболізація; специфічна лексика соціальних груп» (Last 1989, с.60).

Більш ширшу та детальну класифікацію молодіжного соціолекту репрезентує П. Шлобінські (P. Schlobinski) та К. Шмід (K. Schmid) (Schlobinski 2015, с.87).

Дослідники Шлобінські (P. Schlobinski) та К. Шмід (K. Schmid) виділяють такі групи лексики:

- звертання, вітання, позначення співрозмовників;

- прості у використанні імена та фрази;
- живі вислови та стереотипні порожні слова;
- метафоричний, здебільшого гіперболізований спосіб мовлення;
- репліки зі словами захоплення й осуду;
- просодичну мовленнєву гру, скорочення та послаблення звуків, а також графічні стилістичні засоби;
- вигуки;
- нововведення, нові значення вже існуючих слів, розширення значення слів, скорочення та поєднання слів (Partridge 1999, с.45).

За словами М. Ткачівської, українські дослідники німецького сленгу Л. Левицька та І. Микитка серед одиниць, що працюють у молодіжному віці з метою образити та принизити співрозмовника, виділяють таку групу сленгізмів: «Сленгізми, які ведуть до сленгу, сленгізми, жаргони.

- «за зовнішніми ознаками»;
- «за рисами характеру»;
- «за інтелектуальними здібностями»;
- «поведінка та особисте життя»;
- «за фахом».

Серед сфер інтересів молоді, випадково відображених у їхній промові, Г. Хенне виділяє сім висновків:

- 1) комунікативні стосунки в групі;
- 2) стан;
- 3) сприйняття;
- 4) музика;
- 5) об'єкти захоплення;
- 6) школа;
- 7) світогляд і політика (Henne 2012, p.13).

О. Поздняков у своєму дисертаційному дослідженні надає перевагу тематичній класифікації вітчизняних учених О. Огуй та С. Марінчина, які виокремили вісім різноманітних за темами груп лексики молодіжного сленгу:

- 1) вітання;
- 2) стосунки/коло друзів;
- 3) вислови здивування та захоплення;
- 4) дівчата/жінки;
- 5) хлопці/чоловіки;
- 6) сексуальне життя;
- 7) неформальні групи;
- 8) наркотики (Поздняков 2010, с.18).

Сам же дослідник поділяє молодіжний соціолект на 13 тематичних груп: «...1) особи; 2) оцінки; 3) дозвілля; 4) навчання, фізична і розумова діяльність; 5) спілкування; 6) заборонені речі; 7) частини тіла; 8) фізичний і психічний стан; 9) сексуальні контакти; 10) конфлікт; 11) фізіологічні функції; 12) одяг і гігієна; 13) побут» (Поздняков 2010, с.18).

Отже, історія дослідження сленгу налічує понад півстоліття, але остаточних класифікацій сленгу, зокрема молодіжного, не існує й зараз. В основу сучасних типологій як вітчизняні, так і зарубіжні мовознавці поклали різні аспекти молодіжного мовлення, що зумовило їх велику кількість.

Висновки до розділу 1

Категорія оцінки пов'язана з онтологією людської свідомості, його функцією інтерпретації та віддзеркалює модель світу. Оцінка міститься повсюди, де є зіткнення суб'єкта пізнання з об'єктивним світом. Особистість постійно оцінює себе, інших та навколишню дійсність, виражає своє ставлення різноманітними засобами у процесі комунікації. Людина надає важливого значення тому чи іншому об'єкту, тобто оцінює його, класифікує властивості як негативні чи позитивні. Таким чином категорія оцінки є одним із основних способів відображення антропоцентризму, і цій складовій оціночної лексики написано багато різних досліджень у сучасній лінгвістиці.

Дослідження виявило, що здебільшого оцінка виступає компонентом семантичної структури слова, проте слово може набувати оцінності внаслідок додавання афіксів, зокрема демінутивних та аугментативних.

Наявність у лексичному фонді української мови лексем з оцінним компонентом є істотною, тому що вона відображає буття, менталітет, особливості сприйняття як особистості, так і суспільства загалом. Виникнення оцінних номінацій – це процес про природну властивість людини сприймати навколишній світ і людей крізь призму оцінки.

Сленг є одним із особливих соціолектів сучасного українського інформаційного простору, який включає сукупність постійно трансформованих мовних засобів високої потужності, доречних у спілкуванні людей, які перебувають у родинних і дружніх стосунках. Молодіжний сленг є одним із джерел поповнення лексичного складу мови та одним із елементів культури суспільства. Молодіжний сленг містить лексику як мінімум трьох лексико-стилістичних підсистем: ненормативної розмовної мови, професійного жаргону та вульгаризмів.

РОЗДІЛ 2. ОЦІННІСТЬ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

2.1. Семантичні групи позитивнооцінних сленгових номінацій

Мова є системою динамічною, явищем, яке постійно змінюється і розвивається. Сленг стає унікальним внутрішньомовним явищем, який «постійно запозичує лексичні одиниці з інших мовних підсистем і продукує нові лексичні одиниці для широкого використання». З огляду на це формується поняття сленгу як унікального лексичного розряду, що, у свою чергу, зумовлює необхідність створення його типології. Актуальність вивчення англійського сленгу зумовлена, з одного боку, зростанням інтересу до мовних субстандартів і стрімкою зміною лексичного складу сленгу, а з іншого – відсутністю обґрунтованих досліджень у цій галузі.

При цьому можна виділити позитивні та негативні аспекти мовознавчих наукових розвідок. Частина авторів висловлюються на користь сленгу, підкреслюючи, що він віддзеркалює творче ставлення до мови, інші ж вважають його негативним явищем, яке є загрозою для мови літературної.

Остання точка зору протягом довгого часу (явно чи приховано) домінувала на теренах колишніх тоталітарних слов'янських держав, спираючись на панівну марксистсько-ленінську ідеологію. Сленг вважали явищем занепадницької буржуазної культури, несумісним із високими ідеалами побудови соціалізму і комунізму. «Нестандартна» мова молоді часто ототожнювалася з лайкою. Увага щодо сленгу зводилася до його критики і закликів викоринити це негативне явище з середовища молоді.

Для того, щоб отримати якомога точніше уявлення про стан сучасного молодіжного лексикону пропонуємо погрупувати їх за такими категоріями:

I. За походженням:

1. Запозичена лексика та лексика, утворена з опертям на запозичені корені:

а) лексика, пов'язана зі смартфонами, комп'ютерами та соцмережами: *лол, кек, кеш, нет, інет, мейл, бот, блог, мем, селфі, пост, авка, ноут, хайп, хештег, мемчик, юзер, юзати, стрім, стрімер, мейнстрім, трафік, лайк, проги, фоловер, троль, тролінг, андроїд, інста, вінда, дота, фронталка, геймер, аккаунт, твітнути, кодити, скролити, месендж, чекін, апгрейд, лайфхак, офтоп, контент, хостинг, домен, спойлер, лічка (запоз. з рос. мови), айтішник, летсплеєр, саундтрек, віджет, драйвер, інсайдер, треішер, чекін, вордпрес, секвенсор, плагін, фейдер, сеошник, лагати, адаптор, віджет, гіфка* (Словник іншомовних слів).

б) повсякденна лексика: *ізі (легко), гуд (добре), тру (правда), ріллі (справді), лук (вигляд), анріал (нереально), дірект (прямий), феішн (модний), окей (добре), фейл (невдача), фреіш (свіжий), пліз (будь ласка), енівей (в будь-якому разі), сатісфекішн (задоволення).*

2. Питома власне жаргонна лексика: *харити (нервувати), врубатися (зрозуміти), зависнути, плуг (нерозумний хлопець)* та ін.

II. За значенням:

1. Назви об'єктів чи понять: *днюха (день народження), хохма (смішний випадок), півас (пиво), залізо (ПК), передоз (передозування), двіж, двіжуха, туса, тусня, дискач, сходня, зашквар (ситуація, коли застукали за порушенням дисципліни), жиза (життя), плюшки (бонуси), лафа, музон, кідалово, базар (розмова), шнобель (ніс), зелень (гроші)* (Словник іншомовних слів).

2. Назви дій, процесів: *шарити, зарегати (зареєструвати), зачекінитися, сконектитися, горіти (потребувати термінового вирішення), сорян (вибач), глючити (повільно працювати), (не) доганяти ((не) розуміти), вангувати (передбачати), лажанутись (зганьбитись), забздіти (говорити дурниці), втикати (дивитися), завтикати (не звернути уваги), вдуплитися (зрозуміти), рубити фішку, бомбонутти, ігнорити* (Словник іншомовних слів).

3. Назви осіб: *красава (молодець), чувак, чувіха, чіка, тьолка, фіфа, пацік, задрот, хейтер, мудак, гопник, фуфел, мажор, братуха, кент,*

корефан, баклан, родаки (батьки). У цій групі об'єднано як відносно нейтральні назви (чувак, тьолка), так і слова з оцінними конотаціями (мудак, красава) (Словник іншомовних слів).

4. Оцінні характеристики: *ржака, фігня, суперський, затянутий (до якого довго доходить), запара (проблеми), жесьть, крутяк, крейзі, бомба (чудовий) (фактично іменник стає функціональним предикативним прикметником).* У переліку наявна як досить давно відома (*відос, тусня, музон*), так і відносно нова сленгова лексика (*плюшки*) (Словник іншомовних слів).

Молодіжна лексика відображає реалії світу молоді і водночас сприйняття молоддю цих реалій. Одні її шари можуть бути вулжчими, інші – ширшими, що залежить від рівня зацікавленості молоді певними об'єктами чи явищами, для яких, власне, вона і створює сленгові відповідники. Наприклад, значний пласт молодіжної лексики становлять слова на позначення одягу, взуття: *педалі (кросівки), педальки (взуття), лофери, снікери, сліпони, бомбер, толстовка (тут і розмовні одиниці, і сленгові)* (Словник іншомовних слів). Семіометричну кваліфікацію сленгових фразем відповідно здійснюємо за такими рівнями виявленої оцінки і розподіляємо весь фактичний матеріал на позитивнооцінні та негативнооцінні.

Позитивнооцінні сленгізми характеризуються за певними станами, а саме:

- емоційні: *кайф, кайфувати, клас, кльово, офігенно, ржака, лахати (сміятися), ржати.*
- фізіологічні / фізичні: *Коли мені хотілося піти позажигати...* та ін.
- інтелектуальні стани (оцінка особи, ситуації та ін.): *офігенний, кльовий; дружбан, друган, туса, тусня, тусня, тусуватися, автерпати; в'їхати, врубитися, прохавати (зрозуміти)* (Словник іншомовних слів).

Позитивнооцінні сленгові фраземи дуже актуальні у площині молодіжного соціолекту і найчастіше зосереджуються у низці відповідних

лексико-семантичних груп, які «здебільшого фіксують якісні ознаки людини, виражають її ставлення до різних типів цінностей, інших людей».

У цих межах розрізняємо фіксацію емоційних, фізіологічних / фізичних та інтелектуальних станів / діяльностей особистості. Наведемо приклади до кожної групи.

Емоційні стани, як такі розподіляють на: примітивні (*переживання на базі задоволення чи незадоволення фізичних потреб*); вищі (*задоволення духовних потреб*); позитивні (*результат задоволення потреб*); негативні (*результат незадоволення потреб*); стеничні (*активують життєдіяльність людини*); астенічні (*пригнічують життєдіяльність людини*).

Серед елементарних емоцій як змісту особистісних переживань представники гештальт-терапії виокремлюють 5 основних: злість, смуток, радість, страх і задоволення.

Серед емоційних станів як форм особистісних переживань виділяють 3 основні: настрої (позитивні/негативні), афекти (стреси і фрустрації (гнів, роздратування, апатія) і пристрасті, які можуть бути пов'язані із задоволенням матеріальних і духовних потреб, також тут можливо, що об'єктом пристрасті можуть бути всілякі речі, предмети, явища, люди, якими людина прагне заволодіти будь-якою ціною.

У межах нашого фактичного матеріалу в цій підгрупі зосереджуємося на фіксації сленгових фраземах, які ілюструють переважно примітивні позитивні емоції (радість, задоволення) стеничного характеру, пов'язані із задоволенням певних потреб. Емоційні стани в цій підгрупі виявляються насамперед у фразеологізації позитивних настроїв і пристрастей.

Найчастотнішими виступають відповідні сленгові фраземи, пов'язані із задоволенням від «активного» відпочинку: ...не дав відірватись по повній; Добре, чудово. <...> людям для мирного життя й тісної дружби часто бракує спільного ворога Якщо він є – все джаз, якщо ні – недобрі думки з'являються, відтак починається активний пошук недоліків одне в одному (А. Кудін, Як вижити у в'язниці); ... але все одно було ураганно;

Напевно, це великий драйв – звести храм за свої гроші (Книжник, 2001, № 18); От часи ж були! Стільки оптимізму, стільки надій на драйв і декласований відчай, на автентику першоспіву, на аморальність першотворення... (Книжник, 2001, № 16). Образно. <...> писання в порожнечу / країна з аграрним драйвом <...> (С. Жадан, Балади про війну і відбудову); Вирвавшись із лабет соціалістичного табору, пострадянська людина в особі її найімпієсивніших екземплярів почала вибудовувати структури з таким відверто кримінальним забарвленням, поводити себе так «круто», що колишні часи видавалися ледь не райськими (С. Грабовський, Ментальність шпани).

Зустрічі з друзями, необхідність спілкування з представниками «свого кола» мають вагоме значення в житті молоді, що доводять і сленгові ідіоми, демонструючи позитивну аксіоматику з максимальною експресивністю.

Фізіологічні й фізичні стани, у межах яких найчастіше оцінюються стани, пов'язані з наслідками / процесами вживання алкогольних напоїв чи наркотичних препаратів, що отримує позитивну оцінку мовця, або ж із загальними комфортними станами організму: *«...тільки-но прийму вітаміни, як одразу починаю говорити про восьминогів; Як я розумію, він тоді вколовся або щось таке прийняв на душу населення; Вони з батьком саме встигли джагнути по гранчаку за мої ратні успіхи і тепер випитували»; «...Павло Антонович устиг прийняти на груди не менше трьохсот грамів»* – в останніх трьох прикладах позитивація відбувається завдяки гумористичному фону сленгових фразем, оскільки доволі часто при змалюванні повсякденного життя молоді сленгові фрази зі значенням стану сп'яніння, процесу випивання посідають вагоме місце та вживаються без негативної конотації, нейтрально, а іноді – навіть із позитивною оцінкою, якщо йдеться про себе чи близького друга / подругу.

Інтелектуальні стани, у межах яких актуалізується оцінка явищ, подій або мисленневих ресурсів своїх чи інших осіб: *Він [Тарантіна] не може робити інакше. Якби він просто хотів шокувати піпл – з цього нічого*

путнього не вийшло б... (Л. Подерв'янський: УМ, 17.01.2001); *Їм повідомили, що з області має приїхати якийсь начальство, що скажуть щось втішне про їхні зароблені, але так і не отримані кривні пенсьонзи...* (Ю. Гудзь, Ісихія); *...Хімік був сам винен, на всі сто; В дитинстві – ясен пень; Ну і, ясна паприка, хвилин за десять п'ятнадцять, коли було вже пізно.* У межах цієї ж групи містяться сленгові фрази позитивної оцінки не стільки інтелектуальних потенцій власних (у переважній більшості) чи іншої особи, скільки її кмітливості, підступності, вивертливості тощо: *Прохавав тему; Ах, як я їх зробив, – говорить преподобний Джонсон-і-Джонсон чуваку з адміністрації; ...набираючи тричкові просто на порожньому місці, говорив, що має місцеве коріння, але загалом...; «не пальцем роблені»; «пробив, звідки ноги ростуть.*

Позитивне оцінювання таких особистісних характеристик засвідчує відповідні ціннісні пріоритети серед молоді, де насамперед цінується не власне інтелект, а вміння перехитрити, обдурити іншу людину. Найчастіше позитивнооцінні сленгові фрази стосуються автостереотипізації. Наприклад, позитивно-оцінні номінації виражають симпатію, прихильність (друг, товариш), а також можуть вказувати на сильні сторони певної людини, як-от, наприклад: *розумашка, унікум, маестро, маестро, надлюдина.* Вживання таких слів свідчить про бажання людини позитивно ставитися до об'єкта мовлення.

2.2. Семантична типологія негативнооцінних сленгових номінацій

У сучасній українській мові найбільше виділяються жаргонізми, поширені в різних молодіжних групах, зокрема, серед студентів та старшокласників. Багато емоційно забарвлених слів студентів мають міжсленговий характер і зустрічаються в різних молодіжних групах. Це жартівливі та зневажливі звернення чи характеристики однолітків, друзів, знайомих, учителів, батьків.

Негативнооцінні сленгізми характеризуються за певними станами, а саме:

- емоційні: *депресняк, облом, пересрати (зіпсувати задоволення), усцятись (перелякатися), забити; закумарювати, кумарити, задовбати (набридати), соплі.*
- фізіологічні / фізичні стани та дії: *галя (галюцінації), вгашений, обковбашений, алканавт, пиздити (бити), бебехнути (вдарити), апгрейдити (шукати), ковбасить.*
- інтелектуальні стани: оцінка особи, ситуації та ін.: *гаплик, тапки, качелі, западляна; безпантовий, лажовий, прибацаний, хріновий, галімей, довбаний, без руля; найбати, залупити, розвести (обдурити); відмазатися (відкупитися).*

Соціолекти мовці використовують в розмовному мовленні, стилістично зниженій сфері комунікації. Причина появи молодіжного жаргону – бажання виявити свою самостійність, продемонструвати приналежність до якогось угруповання. У цілому жаргонізми роблять мовлення молоді виразнішим і колоритнішим. Слід боротися з грубими словами у молодіжному жаргоні як із проявом насильства на мовленнєвому рівні, тому що на відміну від дорослих, які вживають згрубілі слова для емоційної розрядки, молодь часто оперують такими жаргонізмами з метою вразити однолітків.

Негативнооцінні сленгові фрази посідають значне місце у мовленні молоді. Розрізняємо:

- емоційні,
- фізіологічні,
- фізичні,
- інтелектуальні стани / діяльності особистості.

Додамо, що такі сленгові фрази у переважній більшості мають інгерентну конотацію, яка відрізняється від адгерентної низкою параметрів:

- 1) елемент фразеологічного значення – елемент контекстно збагаченого значення;
- 2) стереотипна – базується на стереотипі, але ситуативна;

- 3) кореспондує з мовним досвідом носіїв певної етнокультури – відтворює не колективне, а індивідуально-авторське бачення світу (ситуації);
- 4) частково закріплена загальномовними словниками – закріплена (експлікована) словниками мови письменників;
- 5) стверджена узусом, стійка – одномоментна, хитка.

Під адгерентною конотацією ми розуміємо комплекс актуалізованих спеціально організованими контекстами семантико-експресивних, емоційнооцінних, функціонально-стильових та фонових сем.

Емоційні стани ілюструють переважно примітивні негативні емоції (переважно злість, рідко – смуток, страх практично не фіксуємо) астенічного характеру, які пов'язані із незадоволенням певних потреб. Емоційні стани в цій підгрупі виявляються насамперед у фразеологізації негативних настроїв та афектів.

Найчастіше фіксуємо описи депресивних станів або ж станів розгубленості: *«...важко жерти, коли шалено дорога тобі людина душить мрачняки просто в аеропорту і не хоче їхати до тебе додому»*; *«Коли про це думаєш, стає спершу прикро, потім нудно, а потім взагалі навалює густий, шаблезубий депресняк»*; *«...у всьому відставав і стабільно ганяв депресняки; ...люди собі так само продовжували чухати дупу й нічого не робили»* (З усного мовлення школярів).

У цій же підгрупі поширена сленгова фраза на позначення абсолютної байдужості, ігнорування носіями мови інших осіб, подій, що увиразнює їхню егоцентричну орієнтованість та загальну комунікативну негативацію: *...робіть собі що хочете, бо я болт забив на сновидіння; ...на крайняк – ангелом, що в умовах розпаду капіталу – однофігственно; ...але насправді вдавав, що йому це все по цимбалах; Я вирішив удавати, що все позаду, і мене це вже не гребе, забути* (З усного мовлення школярів).

Відзначимо загальну активність сленгових фраз на позначення таких емоційних станів: *...Щось він в ігнор нас поставив; ...з образою номер один зовсім не погоджуюся: більшість моїх друзів і в буй йому не вперлися; ...Мені*

казали, що ти маєш силу, але той, кого ти хочеш випустити, на тебе ложив (З усного мовлення школярів).

Максимально активно задіюється в оцінній фраземній номінації інвективнообсценна лексика для ілюстрації, як правило, незацікавленого, пасивного ставлення до зовнішніх подій/проблем/осіб.

У цих межах виокремлюємо номінації афективних станів як найекспресивнішого вияву емоційного стану особистості, що навіть може спровокувати порушення її (особистості) психічного здоров'я (припускаємо, що ці стани є наслідком «активного відпочинку», зафіксованого у попередніх позитивнооцінних сленгових фраз): *«І якщо хтось считає, із чого то я таке вигадала, покажу справку, що з катушок з'їхала»*; ...може цілими днями впиватися розповідями про те, як йому зривало черепицю: і на даху крапав, і на Сонце втикав; При цьому зувидів щось таке, від чого йому зірвало шифер із цвяхами й кроквами; Уже досить тривалий час вона дуже чітко відчувала, як повільно зсовується шифер; У неї просто їхав дах – під ногами під ногами розбігалася підлога; ...зірвало дах і вона застосувала омон з вівчарками – звернімо увагу на широчезний синонімічний спектр опису таких емоційних станів, що свідчить про високий рівень їхньої атрактивності. Така ж яскрава синоніміка притаманна і вигуковим маркерам вираження негативних емоцій (як правило, незадоволення, обурення): *І взагалі, якого біса ... то всьо ... та вся комедія?; Чорт, якого дідька вічно це біле сухе?!; Вас дивує, якого це рожна мода отак собі бере і переступає цілу неньку Україну одним махом?; Якого хріна я тут плачу?!* тощо (З усного мовлення школярів).

Фізіологічні й фізичні стани. Зауважимо, що в цій лексико-семантичній групі найчастіше йдеться про стани алкогольного чи наркотичного сп'яніння й актуалізується, як правило, сема інтенсифікації ознаки, яка може мати різновекторну оцінність. Часто такі ідіоми вводяться в текст із негативною оцінкою, що в такому випадку чітко ідентифікує або соціальну належність відповідного персонажа – його маргінальність, низький інтелектуальний рівень, або наслідок його емоційного, морального стану (реакція на форс-

мажорні події в житті, стрес, надмір уживання алкоголю та ін.). Наприклад: *...п'яний в дрезину чи навіть у драбадан; ...на сцені з'являється богомільна, проте п'яна в дим алкоголічка...* (З усного мовлення школярів).

Також у межах цієї групи оцінюється зовнішність, як правило, іншої особи і майже завжди – в негативі: *Він же здоровий, як бугай!* (З усного мовлення школярів).

Фізичні стани найчастіше фразеологізуються у номінаціях агресивного фізичного контакту і мають високий рівень представленості: *«...аби надерти задниці всім мудакам, котрі не відповідають високим господнім стандартам»; дати по голові тому, хто увіпхав на їхню фармацевтичну вотчину ролик про добрих лісових бобрів; ...і порішити з пациками, себто натовкти їм гризла* (З усного мовлення школярів).

Інтелектуальні стани, у межах яких оцінюється мисленнєва спроможність власна чи іншої людини, нормативність поведінки в соціумі або номінується знегативована оцінка певної ситуації / проблеми: *На музику я трохи ходила тоді ж, коли й на танці, дупля не ріжучи в усіх тих сольфеджіо; ...щоби оточуючі нічорта не вдуплили; Єдина людина, що могла би хоч щось пояснити – Соня – тупо від неї морозилася; ...і наші боси, щоби не парити мізки ні собі, ні команді* (З усного мовлення школярів).

В цих межах на особливу увагу заслуговує оцінка мовленнєвої діяльності людини: *Ти за базаром слідкуй, – каже чувак, – який я мінтові свій?*, де фраза сленгу «слідкувати за базаром» інкорпоровано у молодіжний сленг з арго; *Не гони біса; А базар все одно треба фільтрувати. Тут тобі не Київ*, що ілюструє цілковиту негативну оцінку цих сленгова фраза та водночас важливість мовлення як маркера певної замкненості, відмежованості носіїв мови від інших, «чужих». (З усного мовлення школярів).

Виокремлюємо і власне негативну оцінку іншої особи за її соціальними, моральними, віковими ознаками: *...ось так просто не пропустила в метро якась падла тилова. Погодьтесь? («ну в цьому місці вони просто пообкладали одне одного, але хай буде так»); Раптом старому пердунові пану Юрцеві*

спаде на гадку перевірити, чи, бува, не курить його доня на дачі у того шмаркача; ...що ми тобі зробили, що ти нас так безпантово кинув (З усного мовлення школярів).

У межах емоційної суб'єктивної кваліфікації певних життєвих ситуацій найчастіше спостерігаємо наскрізний негативізм: *Із приходом тих протиприродних нашому світові Сил наступить повна труба; Коротше, повний відстій; ...це тотальне безправ'я, цілком засрана ситуація; ...спонієлиха розуміла: діло труба; ...бізнес середньої руки така стрьомна штука, що лише один невірний крок – і вже маєш паяльник в задниці...; В офісі не працюватиму. Людям з такою самодисципліною як у мене, офіс – то зайвий менінгіт (З усного мовлення школярів).*

До цієї ж підгрупи уналежнюємо й метафоричні описи загрозливих ситуацій, пов'язаних із потенційним фізичним насиллям, небезпекою: *«...спробуй взяти за яйця прикрі обставини, а там, якщо все вдасться – на тебе обов'язково чекатиме джекпот».* Це дає змогу казати про те, що сленговій фраземній номінації найчастіше підлягають негативно забарвлені елементи життєвого простору (З усного мовлення школярів).

Отже, інтелектуальні стани найменше представлені, оскільки, радше від усього, інтелектуально-емоційна рефлексія не є характерною для представників такої субкультури, де у більшості випадків усе вирішується за формулою «або ..., або ...», не припускаючи наявності вагань чи неоднозначних рішень.

2.3. Способи формування лексичної оцінності

Активізація та розширення стилістичних функцій розмовної лексики, серед якої провідну роль відіграє сленг, презентує пріоритети сучасного мовного дискурсу.

Слово містить не лише інформаційний компонент, а й експресивну, емоційно-оцінну характеристику. Основою експансії значного розмовного масиву у сферу літературної мови як одної з тенденцій сучасного мовлення,

що її відзначають українські лінгвісти, є прагнення до вільного, позбавленого тиску норм розвитку мовлення, зближення літературної та нелітературної форм мовлення, наближення до живомовної стихії.

Однак нам видається недоцільним нівелювати всі мовні табуляції, остання, на відміну від жаргонної лексики, нецензурна (нецензурна) лексика має значно різкіший характер і є словесним виявом агресії, що не має нічого спільного з художньою образністю, барвистістю, семантичною багатогранністю, формальною простотою у підборі виражальних засобів. Таким чином, будучи відкритою системою, яка постійно поповнюється новими словами, що відображають зміни в нашому житті, вона є рідною шкільною словотворчістю, мірилом дотепності мовців.

Як тільки сленгізм стає загальновідомим, мовець швидко втрачає до нього інтерес і замінює його іншим, тому сленг можна вважати своєрідним «фільтром» новотворів.

Важливою семантичною характеристикою сленгу є оцінка. При оцінці висловлюється думка про цінність об'єкта, тобто про відповідність чи невідповідність його якості деяким ціннісним категоріям (добре-погано, бажано-небажано тощо).

Оцінка – одна із сторін пізнавальної діяльності людини, в якій у тісній єдності виступають об'єктивне й суб'єктивне, раціональне й емоційне, необхідне й випадкове.

Конотація – це не просто лексичний відтінок, а досить часто вживаний компонент його семантичної структури, який може модифікувати значення слова.

Оцінку на лексичному рівні не можна розглядати у відриві від емоційно-експресивного. Поява нових конотативно забарвлених слів є основним способом оновлення експресії. Це своя рідна гра, але вона передбачає, що мовець за словом знаходить особливу силу емоційної виразності, наприклад, «тролейбус» у мові української молоді – ціна консервної банки, равлик, черепаха тощо. Від частого вживання в деяких оціночних словах вони

перетворюються на мовні кліше, експресія тьмяніє, тому змінюються інші сленгізми.

Хоча функціонування молодіжного сленгу як групового жаргону обмежене сферою спілкування, його корпоративність не має характеру закритості, таємності. Слід звернути увагу на те, що ті одиниці молодіжного сленгу, які створені на основі метафоричного та метонімічного переосмислення, пройняті оцінкою.

Ставлення молоді до дійсності, а також особливості психологічного сприйняття носіїв сленгу такі, що переважно оцінність носить негативний характер, наприклад: «куратор» – *наглядач, спостерігач, «голова» – черепок, «обличчя» – тика, будка та ін.*

Проте молодіжній мові не властива орієнтація на грубість і цинізм. В цілому в семантиці сленгізмів конотативний початок переважає над денотативним, проте присутнє прагнення до відособленості в спілкуванні (світоглядна функція). Так, наприклад, називаючи «голову» *горищем, черепком, баштою* та ін. молодь виражає невимушеність, неформальність у міжособових стосунках.

2.3.1. Суфіксальне вираження оцінки

Для вираження категорій суб'єктивного ставлення мовця до дійсності в українській мові застосовують зменшено-пестливі суфікси та суфікси посилення, які, коли їх приєднують до твірної основи, надають слову, яке утворилося відтінків здрібнілості, формують різноманітні експресивно-оцінні значення похідних слів.

Іменники із зменшувально-емоційним позитивним забарвленням являють велику групу слів, які утворюються за допомогою суфіксів: *-ок, -очок, -чик, -оньк (о), -ек, -ець, -к (о), -ун, -усь* (чоловічий рід); *-к (а), -ичк (а), -ун (а), -иц (я), -очк (а), -ус (я)* (жіночий рід); *-ц (е), -а, -еньк (о), -ачк (о), -ч (а), -ен (я), -ечк (о)* (середній рід).

Один з продуктивних суфіксів, який утворюють іменники із відтінком збільшеності та суб'єктивної оцінки згрубілості, ставлення негативного, є суфікс **-иц** (*е*). Саме за допомогою цього суфіксу сленгова фраза набуває подвійного значення (жіночо-середнього, чоловічо-середнього) роду: *очище, дверище, збіговисько тощо*.

Суфіксами, які в українській мові є менш вживаними – це **-иськ-** (**-о**) (*хлопчисько, дівчисько*), **-уган** (*злodyга, дідуган*), **-уг-** (**а**), **-ук** (**а**) (*каменяка, зміюка*) тощо. Більшість таких утворень позначає осіб або інших істот обох станів і належить до іменників одного роду.

Словотвірні типи відсубстантивних іменників які називають людей за їх видом діяльності є суфікси: **-ар** (**-яр**), **-ник**, **-ік** (**-їк**), **-ир**, **-ець** (**-івець**, **-овець**), **-ист** (**-іст**). Наприклад: *бухар, дискара, душара, бомжара, бомжиха*.

Іменники віддієслівних словотвірних типів об'єднують: назви осіб як виконавців певної дії або роду їх занять (*драчка, падлянка, дістача*) або процесуальної ознаки, яка позначає її поведінку (*прохач, потихач*).

Одними із найпродуктивніших суфіксів є: **-ник** (**-івник**), **-льник**: *веслувальник, намотувальник, рятівник*; **-ч** (**-ач**, **-яч**): *сармачило, стукачка, чувачок, скакач, сачкувати*; **-ець**, (**-нець**): *бізнесменець, віндець, брехунець*.

В українській мові також розрізняють малопродуктивні суфікси, зокрема до них відносять такі: **-ій** (*малодій*); **-ак** (**-як**) (*гояк*); **-ун** (*веселун, бігун*); **-к** (**о**), **-к** (**а**) (*неумійко, писака*); **-ок** (*їдок*); **-чик** (**-щик**) (*розгонщик*).

Відприкметникові іменники словотвірних типів які позначають людей за їх родом діяльності, а також за якісними ознаками (*газовик, міжсезонник, молодець, здоровань, вухань, смугляк, чистюля*).

Одними із найбільш вживаних оцінних суфіксів в українській мові є: **-ик** (*розумник*), **-ак** (**-як**), **-чак** (*чужак, мельчак*). Проте суфікси **-ач** (*багач*), **-ань** (*здоровань*), **-ун** (*дикун, горбун*) стали непродуктивними взагалі в українській мові.

З метою вираження категорії суб'єктивного ставлення до дійсності в українській мові часто мовознавці застосовують зменшувано-емоційні суфікси та суфікси ампліфікації. Саме завдяки їхній приєднанню до твірної основи, слово, яке тільки утворили набирає відтінків здрібності, формується різноманітно експресивно-оцінне значення похідних слів. Зменшувально-емоційні іменники з позитивним емоційним забарвленням становлять значну групу слів, утворених за допомогою суфіксів: -ок, -ек, -очок, -чик, -оньк (о), -ець, -к (о), -ун, -ус (чоловічий рід); -к (а), -ичк (а), -ун (а), -ус (я), -иц (я), -очк (а) (жіночий рід); -ц (е), -ень (я), -еньк (о), -ачк (о), -а, -ч (а), -ечк (о) (середній рід).

Продуктивним суфіксами, вважають ті, які утворюють іменники з відтінком суб'єктивної оцінки згрубіlosti та збільшеності, або які виражають негативне ставлення, наприклад: **-иц (е)**, саме завдяки цьому суфіксу слово набуває значення подвійного (чоловічо-середнього або жіночо-середнього) роду: *носице, голосице, ручице, очице, дверице, мостице, морозице*. Менш уживані суфікси - це **-иськ (о)** (*хлопчисько, дівчисько*), **-уг (а)**, **-уган** (*злodyга, дідуган*), (*звірюка, каменяка, зміюка*) тощо. Більшість із таких утворень позначають осіб або інших істот обох статей і належать до іменників спільного роду.

Отже, за допомогою суфіксів в українській мові можна виражати оцінне ставлення. Воно може бути як позитивним так і негативним чи нейтральним.

2.3.2. Оцінні метафори сучасного українського молодіжного сленгу

Метафорою, вважають багатоаспектне та складне мовне явище, дослідження якого твориться в різних лінгвістичних аспектах: синтаксичному, функціональному, семантичному, стилістичному тощо.

Метафора – це перш за все значеннева, вмотивована, образна лексична одиниця із переносними значеннями. Метафора, як одна із лексичних одиниць є «...метафоричним лексико-семантичним інваріантом лексеми» (Мартин 2014, с.18), яка «...перебуває у відношенні семантичної похідності та

лексичної вмотивованості з висхідним номінативним значенням» (Мартин 2014, с.18).

Метафора володіє такими головними властивостями як: антропометричність, семантична подвійність, образність. Семантична подвійність формується за «...допомогою двох денотатів у процесі метафоризації і трактується як співвідношення лексичного значення метафоричного імені з лексичними значеннями двох об'єктів» (Мартин 2014, с.18). Саме це поняття узагальнює присутність двох його виявів у семантиці метафори – «...плану, пов'язаного з денотативним значенням слова, з номінативним значенням, і плану, пов'язаного з асоціативно поданою мотивуючою ознакою. Образність метафори – це її здатність через словесний образ подавати фрагмент невербальної дійсності» (Мартин 2014, с.18).

Образність метафори перш за все пов'язана із способом, який вважають особливим у процесі передачі змісту, адже коли зміст предметно-понятійного плану виражається словом крізь призму асоціативно-образного плану його значення: «...виявлення об'єкта, який називається, тлумачиться як основа уявлення про подібні йому предмети». Образність базується на «...асоціативних зв'язках між об'єктами та їхніми властивостями на основі подібності, тому зображення є змістовно неоднозначним, що дозволяє його інтерпретувати та розуміти по-різному».

Чималу роль у формуванні мовної поведінки представників соціально-вікової групи адолесцентів, які, власне, є «...творцями та активними користувачами сленгової лексики, відіграє вплив екстралінгвальних чинників».

Серед останніх слід відзначити використання специфічних мовних засобів з метою виокремлення на фоні інших вікових, суспільних, професійних прошарків, з одного боку, та приховування змісту сказаного від не-членів молодіжного середовища – з іншого, креативність як невід'ємну складову частину процесу творення нових лексичних і фразеологічних одиниць, вираження емоційного, суб'єктивного (часто іронічного) ставлення

під час вербалізації оточуючого світу, що супроводжується категоричністю й гіперболізованістю оцінок та суджень.

Аналіз словників сучасного молодіжного сленгу засвідчив активне використання метафори для утворення лексем усіх трьох важливих частин мови:

- іменників;
- дієслів;
- прикметників.

Стереотипи певна річ значно впливають на комунікацію між людьми з однієї спільноти, проте на них також зважають та опираються і при процесі міжкультурної комунікації. Окрім стереотипів існує низка інших факторів, що впливають на процедуру перебігу спілкування людей з різних країн, а відповідно й людей з різним світобаченням та світосприйняттям.

Уявлення людини про світ унікальні, риси подібності можуть виникати в конкретній ситуації, їх неможливо передбачити заздалегідь. Характеристики подібності індивідуальні в тому сенсі, що вони породжуються на основі досвіду взаємодії людини з об'єктами навколишнього світу. Іншими словами, наша оцінка та нові метафори зокрема виникають на основі специфічного індивідуального досвіду.

Для сленгу характерна метафоричність і перевага репрезентативної функції над комунікативністю. Сленг з його надзвичайною семантичною насиченістю, дивовижним розмаїттям асоціацій є ефективним засобом людини з її «...індивідуальністю, передачі її думок і почуттів у найрізноманітніших ситуаціях». Найважливішою вимогою до новоутворених сленгізмів є «...вони мали сонорну вимову та забарвлення, бо це є основною запорукою «вживлення» таких сленгізмів» у певному комунікативному середовищі». Незважаючи на те, яким способом утворене сленгове слово, чи дотримано при цьому граматичних та фонетичних норм, для нього завжди характерне особливе співвідношення матеріального значення й емоційного забарвлення, тобто більша питома вага емоційного забарвлення.

Також у наукових джерелах підкреслюється, що одним із найпоширеніших засобів утворення нових лексичних одиниць (у т.ч. й сленгізмів) є зміна значення вихідної лексичної одиниці. У більшості випадків зміна значення спричинена перенесенням найменування, а саме:

- метафорою, одним з основних засобів сленгового словотвору. Саме за її допомогою утворюються найяскравіші та найуживаніші слова (*зоопарк; доход, яга*);

- метонімією («бобик здох» – «стан морального і фізичного виснаження»).

При творенні сучасного сленгу найширше використовується саме метод семантичної трансформації, коли лексика літературної мови найчастіше набуває нового значення шляхом метафоризації (подібність за зовнішнім виглядом, поведінкою, фізичними та розумовими якостями і под.). Перенесені до «свого» середовища нові метафоричні утворення характеризують людей із двох сторін: позитивної та, головним чином, негативної. Молодь намагається висловлюватися свіжо, дотепно, неповторно, і метафора дає простір для винахідливості, загостреної спостережливості.

Погодьтеся, що використання подібного матеріалу значно б оживило процес викладання словотвору у вузі, бо соковиті метафори сленгізми набагато яскравіше ілюструють механізм цього способу словотвору, ніж затерті мовні метафори з підручників. Тенденція до порівняння чи сприйняття, позначення й оцінювання реалій за допомогою інших реалій є основою формування метафоричних сленгових номінацій на базі власних імен: *Альоша – дурник; Міша – простак, простакуватий хлопець; Вася – йолоп, невдаха* тощо.

Крім того, до метафоричного типу належать дієслова на позначення фізичних процесів, що змінили свою семантику та перейшли з фізичної сфери до соціальної: *«довбати, сікти, рубати, збирати, ламати, клеїти, бити, стригти, точити, чистити, дути, давити, товкти, стріляти, пороти»* та ін. Наприклад, *«мовчанка задовбала, вирубатися від утоми, сікти в*

комп'ютерах, змінити колеса, обламати когось, склеїти ласта, стригти фонтани, точити хавчик, стрельнути бабок, крутити колеса, рухати пориннями, гнати порожняка, надавати по чайнику» тощо.

З комп'ютерної сфери у сучасному мовленні використовують багато метафор – це особливість мислення сучасного покоління. Молодіжна комп'ютерна лексика містить багато слів англійської мови, часто перероблених або навмисно перекручених. Отож слово «шутер (гра-стрілялка)» бере початок від англійського shoot – *стріляти*; лексема «квакати (грати в комп'ютерну гру Quake)» пішла від назви гри; англійське дієслово «crack (розколювати)» стає дієсловом *крекнути*, а «hack (розбивати)» – *хакнути* та іменника *хакер*. Нових значень в цьому жаргоні набули багато українських дієслів, наприклад, *зависнути (припинити відповідати на команди); перекачати, злити (переписати інформацію)*.

Скорочені слова дуже популярні в комп'ютерному жаргоні. Частково це пов'язано з енергією користувачів, їх бажанням встановити з повідомленням в найкоротші терміни, в деякій мірі це викликано бажанням залишитися незрозумілим для непосвячених тощо. З цією метою утворилися слова: *комп* (замість комп'ютер), *проги* (програми), *вінди* (програма Windows). Тут за допомогою тих самих суфіксів утворюються нові слова, які показують ставлення мовця до того, що вони позначають: *відюха* (суфікс -ух(а) залежно від ситуації надає експресію згрублості, зневаги або іронії).

Отже, «сленг», будучи відкритою системою, постійно поповнюється новими словами, які знаменують різні зміни в нашому суспільстві, характеризуються експресивністю, метафоричністю, дотепністю, навіть деякою вульгаризацією.

2.4. Оцінні фразеологізми у мовленні сучасної української молоді.

Молодіжний сленг надає надзвичайно багатий матеріал для вивчення аксіологічних особливостей та аналізу зафіксованих у мові стратегій оцінювання як «невід'ємних складників буття людини в соціумі, оскільки емоційність та експресивність, імманентно притаманні молодіжному сленгу практично завжди виступають характерними маркерами процесів оцінювання». Як слушно зазначав ще О. Потебня, «категорія оцінки відбивається у мовній картині світу особистості, маркує домінантні й периферійні зони цього психоментального гештальту, створює неповторний «суб'єктивний настрій» індивідуальної інтерпретації довкілля». З погляду дослідника мовна картина світу пройнята категорією оцінки, вказував на «важливість прагматичної функції мови, обґрунтовував деякі положення теорії мовленнєвого впливу, осмислював критерії оцінки художнього тексту. Мета тексту й слова змусити оцінювати його зміст, створити відповідний «суб'єктивний настрій»». Мовознавець сприймав категорію оцінки як таку, що «виявляється на різних мовних рівнях» (Потебня 2001, с.45).

Характерною особливістю сленгових фразеологізмів є те, що вони поєднують ознаки ідіом і сленгу, а саме: це семантично пов'язані сполучення слів, відтворені у формі усталеної, неподільної, єдиної конструкції; вони створювалися в середовищі живої розмовної мови; належать до шару нелітературної фразеології; ваш яскраво виражений емоційно-експресивний оцінний характер і характеризують мовлення широких верств молоді, часто як солідарність за віковою та груповою ідентифікацією.

Тому, як сленг, фразеологізми можна поділити на:

- загальні;
- спеціальні.

Як фразеологізми, їх поділяють на:

- субстантивні (іменникові);
- ад'єктивні (прикметникові);
- дієслівні.

До загального ми відносимо той пласт сучасних сленгових фразеологічних одиниць, які не є надбанням окремих соціальних груп і однаково згруповані (або зрозумілі) всім. Такі фразеологічні сленги досить поширені в трьох досліджуваних мовах, що пояснюється прагненням сучасної молоді надати висловлюванням емоційно-експресивного забарвлення та створити гумористичний ефект. Наприклад: *«на банці – у стані алкогольного сп'яніння, дерти лаха – сміятися, твій номер шостий – не втручайся у справи інших»*.

Спеціальні сленгові фразеологізми у свою чергу поділяють на корпоративні та професійні. Корпоративний словник – це «...соціально зумовлений вид фразеологічного сленгу, заснований на розрізненні людей за соціальними ознаками, віком, тобто за типами, не пов'язаними з професійною діяльністю (наприклад, молодіжний, кримінальний, шкільний сленг)». Найчисельнішими та найяскравішими серед них є молодіжні сленгові фразеологізми, функціональне призначення яких «...прагнення молоді надати мовленню більшої емоційності, цікавості, привабливості, «виділитися» серед однолітків, продемонструвати свою здатність до наслідування, нові мовні тенденції». Наприклад: *«викочувати шари» – дивуватися, «дай п'ять» – все добре, «мізки компостувати» – говорити не по суті*.

Якщо розглядати сленгові фразеологізми за морфологічними ознаками, то найбільш частотними серед них будуть іменники та дієслова. Перевага таких стійких словосполучень «...полягає перш за все у тому, що саме вони малою мірою перенасичені раціонально-емоційним змістом, а це означає, що має місце так звана економія мовних засобів». Наприклад: *«без шуму і пилу» – «без зайвої уваги і доказів скоєного, бобик здох» – про стан втоми, виснаження, «глист у корсеті» – дуже худий чоловік*.

Варто також зазначити ще про одну дуже важливу особливість жаргонних фразеологізмів – «...здатність віддзеркалювати культурно обумовлене ставлення представників певної нації до історичних подій та явищ, які відбуваються в житті сучасного містянина».

Тому сленгові фразеологізми є дуже важливим та яскравим компонентом структури мови всього міста. Поєднуючи ознаки фразеології та сленгу, вони відображають соціокультурні, історичні, мовні особливості жителів міста, передають їх емоційно-експресивне ставлення один до одного та до навколишньої дійсності.

2.5. Узвичаєні синтаксичні структури оцінного призначення у мовленні сучасної української молоді

Категорія оцінки належить до центральних мовних категорій, що реалізується в той чи інший спосіб у будь-якому повідомленні, оскільки втілює ставлення мовця до певної ситуації дійсності і водночас забезпечує реалізацію відповідної комунікативної настанови.

Синтаксичні фразеологізми (або фразеологізовані речення) – це особливий тип речень, постійні та змінні компоненти яких пов'язані ідіоматично, синтаксичні зв'язки і прямі лексичні значення слів послаблені або втрачені, їм властивий фіксований порядок слів.

Однак «сленг» охоплює надто вже багато стилістичних розрядів слів, найрізноманітніших за своєю сутністю і функціями. До «сленгу» зараховуються навіть просторічні фонетичні, морфологічні та синтаксичні форми. З іншого боку, багато слів і виразів, що відносяться до «сленгу», є цілком літературними словами, найчастіше неологізмами – іноді емоційно забарвленими. А неологізми можуть з'являтися в самих різних сферах вживання мови.

Для усного спонтанного розмовного мовлення характерний спрощений синтаксис, відсутність засобів зв'язку між частинами висловлення. Важливу роль відіграє інтонація, порядок слів, акцентування. Висловлення часто уривчасті, незакінчені. Причому паузи можуть використовуватися і як спосіб пошуку потрібного слова, і з метою акцентування чи вираження ставлення мовця до повідомлення або його частини. Усному мовленню властиві неповні речення, зміст яких зрозумілий з контексту, часті повторення слів,

самовиправлення, побутування усталених конструкцій, дискурсивних розмовних структур, емоційних вигуків, звертань, вставних слів, риторичних фігур.

Для дослідження усного дискурсу не підходить стандартне розуміння речення. Межі речень у спонтанних текстах не можливо достовірно встановити за допомогою інтонаційного членування, тому виникає проблема виокремлення структурних одиниць усного мовлення.

Сегментація усного мовлення – одне з базових, досі остаточно не вирішених завдань в аналізі синтаксису усного мовлення. Усне мовлення обмежене в часі і просторі.

Структура і специфіка усного тексту на всіх рівнях зумовлена, перш за все, тим, що він зароджується і вимовляється одночасно. Увага мовця зосереджена на моменті спілкування, його мовлення безпосереднє, незворотне.

Усне розмовне мовлення представлене насамперед у формі діалогу, оскільки в такому мовленні обов'язково наявний адресат (реальний чи віртуальний).

Ті самі одиниці в цих жанрах можуть функціонувати по-різному. Зорієнтованість на адресата зумовлює структурні особливості усного діалогу, полілогу чи монологу: за наявності спільного зі співрозмовником (співрозмовниками) інформаційного фону мовець не потребує деталізації, може гранично спрощувати висловлення. Неусталеність структурної моделі усного спонтанного мовлення спричинена також тим, що для мовця в цьому випадку першочерговим завданням є досягнення комунікативної мети, а не форма самого висловлення. Усне мовлення відбиває стереотипи мовленнєвої поведінки мовців і зміну цих стереотипів, формування нових жанрів сучасної міської комунікації. Усний матеріал складно зафіксувати на письмі, бо можливе не завжди точне трактування як змісту, так і форми висловлення.

Розмежування індивідуальних і колективних рис та водночас з'ясування їхнього взаємовпливу – важливий аспект дослідження мовної особистості як члена соціуму.

Оскільки мовлення молоді не є діалектом, воно не є системою в системі. Репрезентантами молодіжного мовлення є люди, які володіють різною мірою певним мовним кодом або й кількома кодами: літературною українською мовою, можливо, певним її діалектом, у різному обсязі російською та англійською або іншими мовами. Якщо не враховувати специфічного лексичного наповнення, фактично синтаксис і структура їхнього мовлення відбивають не просто риси, притаманні самому молодіжному мовленню, а індивідуальні особливості мовлення, зумовлені особистісними характеристиками мовців. Молодіжне мовлення має риси спонтанного розмовного мовлення, яке в науковій літературі ще недостатньо описане. Водночас деякі з цих рис можуть бути гіпертрофовані порівняно зі звичайним розмовним мовленням, наприклад, еліптичність синтаксичних конструкцій, емоційність, наявність слів-паразитів тощо. Хоча ці риси є ознакою розмовного мовлення загалом, у мовленні молоді вони можуть мати відмінні кількісні показники – індивідуальні, пов'язані з темпераментом мовця, а також із умовами комунікативної ситуації.

Структура молодіжного мовлення схожа зі структурою усного розмовного мовлення взагалі, але має і свою специфіку, спричинену функціональними та психологічними характеристиками молодіжної комунікації. Мова молоді еліптична, у ній немає нічого «зайвого». Синтаксис спрощений. У ньому важливу роль відіграє інтонація, а не засоби синтаксичного зв'язку. У молодіжному мовленні багато перебільшень, натяків, недомовок; поширена метонімія, оскільки слова і поняття поєднуються не за схожістю, а за близькістю смислу. Образ завжди виникає неочікувано. Характерною рисою молодіжної комунікації є скорочення, спрощення лексичних одиниць, економія мовних засобів, увага більше до змісту, ніж до впорядкованості мовленнєвого потоку.

Фактично, досліджуючи усне молодіжне мовлення, ми маємо справу з експресивним синтаксисом. Усне спонтанне мовлення, з одного боку, зумовлене соціальними характеристиками мовця, з іншого, – залежить від його емоційно-психологічного стану. Крім того, на спонтанному мовленні позначається вплив національного світогляду всіх учасників комунікації.

У спонтанному мовленні практично відсутні підрядні сполучники. Зв'язок між частинами висловлення побудований здебільшого на інтонаційних та смислових зв'язках. Поширене нанизування сурядних сполучників, зокрема сполучника і, для досягнення градації: *Ходив так вокруг міліції тоже/ вокруг там ще чогось/ і його...ну...і прийшов брат до них додому тіпа/ і побачив це всьо/ кароче....і подав в міліцію// І він так з тою головою/ так його міліція і затримала/ представляєте?*

Оскільки для молодіжного мовлення не характерна полікомпонентна будова висловлення, роль підрядних сполучників у ньому часто мінімізована. З іншого боку, використання підрядних сполучників залежить від індивідуальних рис мовця, від уміння логічно висловити свою думку: *Якщо в людини День народження/ то я їй дякую/ що в неї День народження// Тому що вона приносить тортики.*

Використання підрядних сполучників залежить від темпу мовлення (за нормального або сповільненого темпу мовцеві легше сформулювати зв'язне висловлення, ніж за пришвидшеного), форми висловлення (у діалогах підрядні сполучники нерідко опускають, або ж вони, як і сурядні, присутні в парцельованих структурах, натомість у монологіях ці сполучники вжиті ширше), освіти та професії мовця (наприклад, філологи можуть використовувати сполучники, які зазвичай відсутні в мовленні представників інших спеціальностей (оскільки, позаяк).

Тобто, можна зробити висновок, що, кажучи «молодіжна мова або молодіжний сленг», ми маємо на увазі лінгвістичні, морфологічні та синтаксичні особливості, які проявляються в мові певної соціальної групи, а саме, у молодих людей. Зараз ця група, як і їх мова, в повному обсязі

однорідна, так як потрібно обов'язково враховувати віковий фактор, який перетинається з соціальним, географічними або тимчасовим. Це є результатом різноманітних варіантів всередині одноманітності мови.

Висновки до розділу 2

Під час дослідження ми виокремили семантичні групи позитивнооцінних сленгових номінацій. Позитивнооцінні сленгові фрази дуже актуальні у площині молодіжного соціолекту і найчастіше зосереджуються у низці відповідних лексико-семантичних груп. У цих межах розрізняємо фіксацію емоційних, фізіологічних / фізичних та інтелектуальних станів / діяльностей особистості. Негативнооцінні сленгові фрази посідають значне місце у використанні їх молоддю. Розрізняємо: емоційні, фізіологічні, фізичні, інтелектуальні стани / діяльності особистості. Додамо, що такі сленгові фрази у переважній більшості мають інгерентну конотацію, яка відрізняється від адгерентної низкою параметрів: «перша – загальномовна, позаконтекстна, друга – контекстно-ситуативна, формується контекстом; елемент фразеологічного значення – елемент контекстно збагаченого значення; стереотипна – базується на стереотипі, але ситуативна» тощо.

Особливістю сленгових фразеологізмів є їх здатність відображати культурно зумовлене ставлення представників певної нації до історичних подій і явищ, які відбуваються в житті сучасного громадянина. Жаргонні фразеологізми є надзвичайно високим і яскравим компонентом структури мови міста. Поєднуючи в собі ознаки фразеології та сленгу, вони відображають соціокультурні, історичні, мовні особливості жителів міста, передають їх емоційно-експресивне ставлення один до одного та до навколишньої дійсності.

Для вираження категорій суб'єктивного ставлення до дійсності в українській мові використовуються дедуктивно-емоційні суфікси та суфікси посилення, які, приєднуючись до твірної основи, надають новоутвореному

слову відтінків вишуканості, формують різноманітні експресивно-оцінні значення похідних слів.

Метафора – складне багатоаспектне мовне явище, дослідження якого твориться в різних лінгвістичних аспектах: семантичному, стилістичному, синтаксичному, функціональному тощо.

Для усного спонтанного розмовного мовлення характерний спрощений синтаксис, відсутність засобів зв'язку між частинами висловлення. Важливу роль відіграє інтонація, порядок слів, акцентування. Висловлення часто уривчасті, незакінчені. Причому паузи можуть використовуватися і як спосіб пошуку потрібного слова, і з метою акцентування чи вираження ставлення мовця до повідомлення або його частини. Усному мовленню властиві неповні речення, зміст яких зрозумілий з контексту, часті повторення слів, самовиправлення, побутування усталених конструкцій, дискурсивних розмовних структур, емоційних вигуків, звертань, вставних слів, риторичних фігур.

РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАТИВНІ ВИЯВИ КАТЕГОРІЇ ОЦІНКИ У МОЛОДІЖНОМУ СПІЛКУВАННІ

3.1. Оцінні засоби молоді в освітньому процесі

На сьогодні проблема володіння вільним, справді культурним словом є особливо актуальною і важливою для тих, хто користується словом як основним інструментом своєї професії, в першу чергу для педагогів, чие мовлення – не тільки головна зброя у професійній діяльності, але й зразок свідомо чи несвідомо засвоєний, який сприймають і наслідують інші люди.

З метою визначення образно-експресивних, слів та висловів молоді в освітньому процесі ми провели опитування серед учнів 9-11 класів НВК «Школи-ліцей №38 ім. В. М. Молчанова» м. Києва. Ми ставили такі питання до учнів: «Як найчастіше ви називаєте вчителів?», «Як Ви називаєте навчальні предмети?», «Як Ви називаєте однокласників, відмінників, особливих дітей?», «Як називаєте школу?».

На запитання: «Як найчастіше ви називаєте вчителів?» учні відповіли: *педагогиня, училка, уча, учитель, вчителька, педагог*. Також хочемо зазначити, що у процесі опитування учні у відповідях зазначали такі назви: *Галіфе (Галина Федорівна), Тайсон (Таїсія Юрїївна), Федот (Юрїй Федорович), Потапович (Василь Потапович), Гоша (Георгїй Іванович)* тощо. Це свідчить, що учні дуже чітко розмежовують вчителів на поганих та добрих. Відповідно негативно називають тих вчителів, які їм не подобаються, яких вони не шанують, добираючи для них прізвиська. Також маємо зазначити, що не завжди скорочення імен та прізвищ вчителів свідчить про нешанобливе ставлення учня чи учениці, адже варто звернути увагу і на молодіжну моду. Часто діти вживають такі скорочення, адже це є «типовим», «модним» у їхньому колі.

На запитання: «Як Ви називаєте навчальні предмети?» учні дали такі відповіді: *хімія, хімка, химка, фізка, фізика, фізочка, хімочка, матеша, математика, природа, українська мова, англїша* тощо. Таким чином, можемо

зробити висновок, що серед відповідей учнів переважає позитивна оцінка назв предметів, адже серед усіх названих ними варіантів не було жодного із негативною оцінкою. Варто лише звернути увагу на такі слова «матеша», «англіша», що містять нейтральність і можуть свідчити про те, що учню не подобається цей предмет.

На запитання: «Як Ви називаєте однокласників, відмінників, особливих дітей?» найчастішими відповідями були: *зубрилка, зубр, заучка, ботанік, ботанічка, обдарована, п'ятиричниця, дивачка, дивак, не наш* тощо. Резюмуючи відповіді учнів, можемо зробити висновок, що найчастіше вони дають негативну оцінку дітям, які навчаються на відмінно та мають успіхи. Зазвичай у класі таких дітей небагато, а тому більшість учнів може дозволити собі висловлюватися подібним чином. У такому випадку дитина, яка має успіхи почуває себе приниженою. Вчителям, які бачать випадки таких ситуацій у класі, рекомендуємо проводити виховну роботу. Кожна дитина має відчувати себе щасливою у шкільному колективі.

На питання: «Як Ви називаєте школу?» найчастіше учні відповідали: *школа, дім знань, щоденне покарання, заклад навчання, скул*. Таким чином можемо зробити висновок, що відповіді учнів розділилися на висловлювання із позитивною оцінкою та негативною. Для когось школа – це «дім знань», а для когось – «щоденне покарання». Якщо вчитель бачить, що дитина перебуваючи у школі не почуває себе щасливою, то йому необхідно докласти зусиль, щоб зрозуміти, чому так відбувається. Допомогти учневі чи учениці досягнути, що школа – це не покарання, а місце, яке допомагає реалізувати себе, закладає базу для подальшого життя.

Ми зробили висновок, що у назвах учнів переважають позитивнооцінні засоби – 63%, а негативнооцінні становлять 37%, див. рис.3.1.

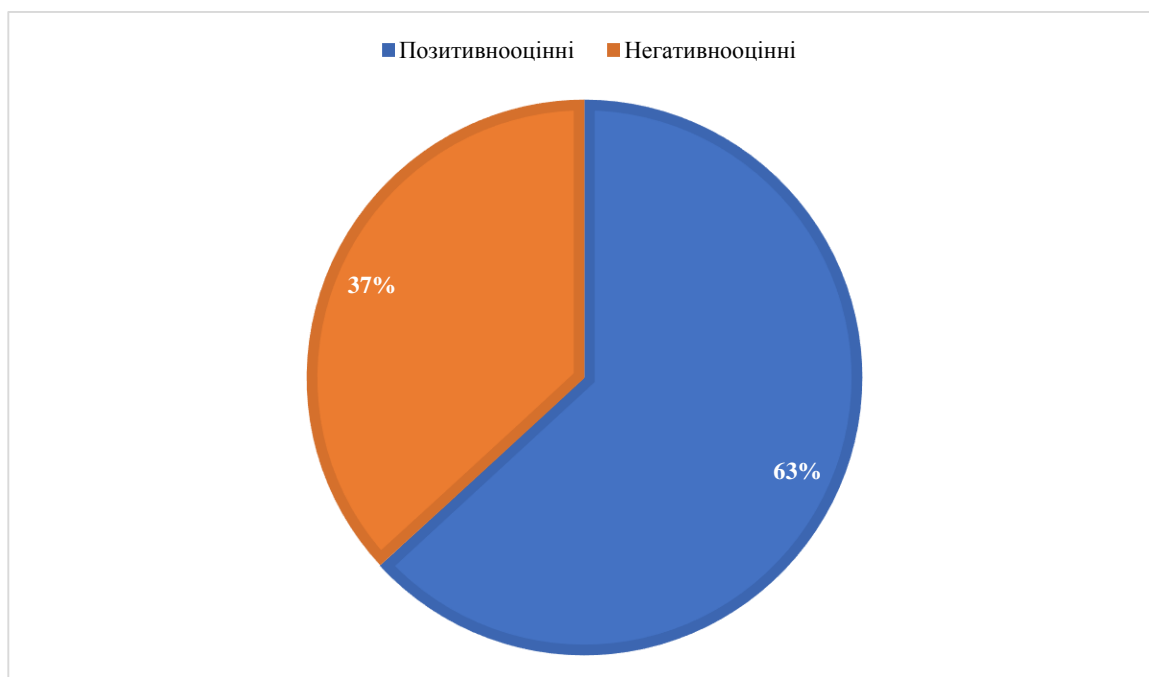


Рисунок 3.1. Оцінні засоби молоді в освітньому процесі

Отже, провівши аналіз відповідей учнів на поставлені запитання, можемо зробити висновок, що у їхніх відповідях переважає позитивнооцінна лексика, ніж негативнооцінна. Позитивнооцінна лексика виражена за допомогою зменшено-пестливих суфіксів: *-ен (я), -атк (о): -ець, -ц (е): -ок, -к (а), -к (о): -очок, -ечок, -оньк* тощо. Позитивна оцінка є результатом того, що дітям у школі подобається навчатися, у них позитивна взаємодія із друзями, вчителями. Це засвідчує гармонізацію освітнього процесу.

3.2. Специфіка компліментарного молодіжного мовлення

Важливий елемент людського спілкування – ввічлива форма ведення розмови, що є невід’ємною складовою успішної комунікації та створення сприятливих соціальних взаємин між співрозмовниками.

За способом вираження позитивної думки мовця про співрозмовника компліменти поділяють на два типи. Перший тип становлять висловлювання, що характеризують адресата. Вони виражають позитивну думку мовця про комунікативного партнера як особистість, його якості, дії, учинки, особисті речі, осіб, із якими він пов’язаний. Компліментарні висловлювання другого

типу передають ставлення адресанта до адресата. За їх допомогою мовець описує свої позитивні почуття, емоції, враження, які викликає співрозмовник.

Виділяють такі види компліментів:

1. Компліменти, що характеризують інтелектуальні якості адресата. Такі висловлювання мають місце в ситуаціях ділового спілкування, здебільшого супроводжують запрошення, пропозиції, умовляння та переконування. Оцінка розумових здібностей у компліментарних висловлюваннях часто здійснюється за допомогою лексем: *голова, догадливий, інтелектуальний, кмітливий, мислячий, мудрий, розважливий, розум, розумний, розсудливий, світлодумний, світлочолоий, толковий, тямущий тощо*. Серед компліментів, предметом позитивної оцінки в яких постають інтелектуальні якості, можна виокремити компліментарні висловлювання, у яких: а) розумові здібності адресата є підставою для позитивного ставлення – захоплення, поваги: *Захоплююсь твоєю мудрістю; Поважаю тебе за розум; Схиляюся перед мудрістю твоїх слів і под.*; б) констатуються факти, що свідчать про наявність розумових здібностей у адресата: *Бачиш у пільмі; Ти мені розплющив очі; Ти вмієш читати думки співрозмовника; Ти розумієшся на ... тощо*. в) дається оцінка діям адресата чи результатам його праці, зокрема інтелектуальної: *Вірне рішення; Гарно / здорово придумали; Голова в тебе канцелярська; І прийде ж таке в голову!; Недарма твій розум світлим нарекли; Ну й вигадали ж таке!; Яка догадливість! та ін.* г) дається номінація співрозмовнику за його інтелектуальними якостями: *мудрагель, рицар мудрості, розумашка, розумник, розумниця тощо*.
2. Компліменти із загальною позитивною оцінкою співрозмовника. Загальна позитивна оцінка в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву передається за допомогою таких мовних засобів: лексем: *найкращий, приємний, самий-самий (розм.); словосполучень гарна / гідна, достойна, оригінальна, прекрасна, справжня, хороша, чудова*

людина; ідеальний / справжній мужчина (розм.) / чоловік; ідеальна жінка; прекрасна / приємна дівчина / жінка, молода леді; приємний хлопець / юнак; справжня жєницина (розм.) / жінка, леді; лексикограматичних структур: Ви – індивідуальність / молодець, (сформована) особистість; З доброго матеріалу вас зроблено; Не знаєш собі ціни тощо.

3. Компліменти на позначення моральних якостей адресата. Такі висловлювання побутують у ситуаціях ділового та неділового спілкування, де мовець ставить короткострокові цілі щодо співрозмовника, чітко формулює своє прохання. Компліментарні висловлювання цього семантичного різновиду зазвичай супроводжують прохання. Але є приклади їх уживання з пропозиціями і запрошеннями. До складу компліментів на позначення моральних якостей співрозмовника входять мовні засоби, що маркують: а) моральність та духовну силу: *духовний, духовно сильний, моральний, морально стійкий / чистий, ясний, порядний, совісний*; б) доброту: *благ, благий, брат милосердя, добра душа, добрий, добродій, добросердий, милостивий, милосердний, сердечний, Маєш серце; Твоє серце добре / м'яке; У вас очі добрі та ін.*; в) побожність: *благочестивий, богобоязний, віруючий, побожний, православний, християнин*; г) чесність і справедливість: *відвертий, правдивий, справедливий, чесна людина, чесний, щирий; Брехати / почуттів своїх приховувати не вмієш; Вірю тобі на слово; Вірю у вашу чесність; Ти завжди говориш правду; Ти людина, якій можна вірити; Ціную вашу чесність та ін.*; д) альтруїзм, великодушність, здатність на глибокі почуття до інших: *великодушний, дбайливий, доброзичливий, люблячий, людина, приклад людяності, саможертвний, турботливий, уважний (до інших); Ви до мене з відкритим серцем; Вмієте любити / цінувати, шанувати; Добре ставишся до ...; У вас стільки материнського клопоту про мою долю і под.*

4. Компліменти щодо зовнішності співрозмовника. Серед компліментарних висловлювань цієї семантичної групи можна виокремити ті, у яких дається: а) загальна оцінка зовнішності: *вродиливець / вродиливиця (заст.), вродливий, гарний, гарнесенький, гожий, дивовижний, краля, краса, красава, красавець / красавиця тощо.* б) оцінка фігури, зросту, комплекції (*делікатний, здоровий, кремезний, маленький, малесенький / манесенький, малий, пишний, статурний, стрункий, тендітний, фігуровий тощо.* в) оцінка одягу, аксесуарів, прикрас (*Вам дуже до лиця цей піджак; Оце так колір!; Яке модне на вас вбрання!; Яке плаття!; Який у вас смак! тощо).*

5. Власне непрямі компліменти, що функціонують у маніпулятивному дискурсі, репрезентують: а) речення, питальна форма яких передає стверджувальний зміст, зокрема маркує позитивну оцінку. У таких конструкціях об'єкт позитивної оцінки експліцитний, а оцінний предикат може бути або експліцитним, або невираженим. Ідеться про компліменти, оформлені риторично-питальними реченнями з питальними словами куди, як, де, звідки, хто, кому, чий, хіба, навіщо на зразок *Куди нам до тебе?; І де ти такий узявся?; Хто тебе народив такою щирою?; Хто вас не знає? тощо.* б) конструкції, у яких значення позитивної оцінки набуває вказівний, рідше присвійний займенник (такий (-а, -і), твій (твоя, твої) / ваш (-а, -і)), наприклад: *Я б ніколи не дозволив собі обманути таку дівчину.*

Провівши опитування серед учнів 9-11 класів НВК «Школи-ліцей №38 ім. В. М. Молчанова» м. Києва, ми визначили найбільш популярні компліменти щодо зовнішності, майна, одягу, аксесуарів, знань, поведінки, які роблять підлітки. Усі компліменти були короткими, оформленими за допомогою іменників та прикметників. Вважаємо, що батькам та вчителям потрібно коригувати компліменти, які вживає молодь, адже дуже багато слів є неприйнятними у навіть у сленговому мовленні.

На питання: «Як найчастіше ви називаєте своїх друзів, коли хочете зробити їм комплімент?» ми отримали такі відповіді: *ти наркотик* (у значенні крута/ий), *козол* (найвеличнійший), *ти вогонь* (гарячий, модний, дивовижний або актуальний), *йоло* – (часто використовується іронічно) тощо рис.3.2. Це свідчить, що учні люблять говорити не стандартні компліменти (*красивий /красива, розумний/розумна, чудовий/чудова, прекрасний/прекрасна* тощо), а ті, які вважаються модними і звучать оригінально.

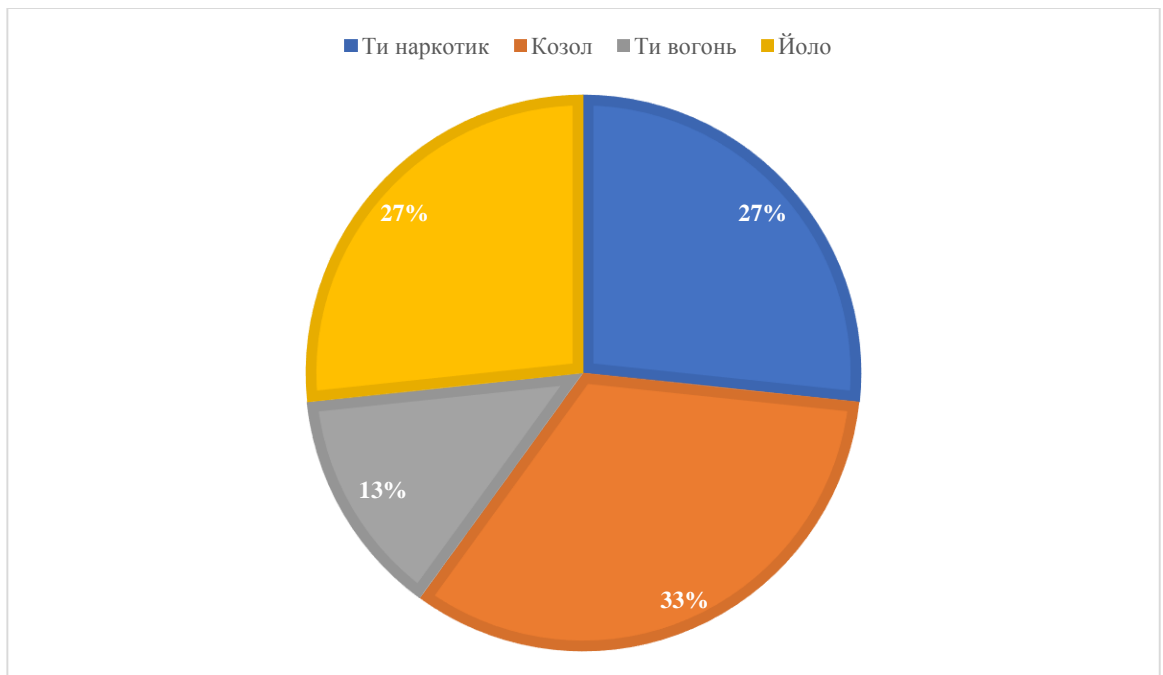


Рисунок 3.2. Відповіді респондентів на запитання: «Як найчастіше ви називаєте своїх друзів, коли хочете зробити їм комплімент?»

На питання: «Як найчастіше ви називаєте своїх друзів, коли хочете зробити їм комплімент, описуючи їхню зовнішність?» ми отримали такі відповіді: *гучі* (добре виглядає), *вирваний* (виглядає добре, ідеально або модно), *супер стиль*, *вбрання зачотне*, *зачіска вогонь* тощо. Це свідчить, що учні люблять говорити компліменти не тільки щодо рис характеру, але й зовнішності. Бачимо, що добирають вони переважно не типові слова української літературної мови, а ті, які для них є модними і поширені у їхньому колі.

Наведемо перелік інших компліментів, які зазначили підлітки під час опитування: *BFF* – (найкращі друзі назавжди), *Емо* – (хтось емоційний або

королева драми), *бужі* (багатий), *cool* (кльовий), *богиня* (прекрасно виглядає) тощо.

Отже, підсумовуючи можемо зробити висновок, що учні люблять казати компліменти одне одному, проте використовують для цього не типові оцінні номінації, а переважно сленгові.

3.3. Проблема молодіжних конфліктів на тлі різного оцінного сприйняття об'єктів довкілля

Конфлікт – це зіткнення протилежних цілей, позицій, думок, і поглядів опонентів або суб'єктів взаємодії.

Наявність конфліктних ситуацій – одна з невід'ємних складових суспільного життя. Людина може стати безпосереднім учасником конфлікту, або ж включитись у конфлікт з метою його вирішення, злочину тощо. Нарешті, конфлікт може виникнути в колективі. Проблема конфлікту надзвичайно складна і багатоаспектна, тому ми розглянемо лише специфіку та особливості міжособистісних конфліктів.

Причини конфліктів можна поділити на об'єктивні та суб'єктивні, причому в обох випадках вони негативно впливають як на стосунки в офіційній та неофіційній сферах, так і на психологічний стан окремої особистості. Динаміка конфлікту – це послідовна зміна його стадій, що характеризують конфлікт з моменту його виникнення до вирішення.

Слід відзначити, що конфлікти можуть розв'язуватись як у результаті прийняття та реалізації системи заходів цілеспрямованого впливу на обидві сторони, так і шляхом самоплиного перебігу, коли учасники чи треті особи не вживають для регулювання процесу ніяких зусиль.

Конкретними засобами вирішення конфлікту можуть бути:

- 1) вирішення проблеми, що стала причиною його виникнення,
- 2) компроміс, що базується на взаємних розумних поступках,
- 3) поступове згладжування протиріч, якого можна досягти, використовуючи такі слова: *вибач, соррі, давай закриємо тему, проїхали, не*

акцентуємо на цьому увагу, більше не піднімаємо цю тему, вже неважливо, не варто перейматися за цю ситуацію тощо.

4) відсторонення конфлікуючих від безпосереднього спілкування на певний час, повне припинення стосунків між ними.

З опитування, яке ми проводили з учнями, зробили висновок, що найчастіше ображають слабших дітей або відмінників. Інколи такі сленгові образи переростають у булінг. Наприклад, булінг може виявлятися у таких словах: *«ти в окулярах», «ти білявка», «ти товстий», «ти худа», «в тебе смішне прізвище», «ти зубр», «ти косоока/косоокий», «ти вискочка», «ти олень», «ти ненажера», «ти смішний», «ти не модний/не модна», «ти курочка»* тощо. У такому випадку вчителю, який працює з учнями, необхідно негайно допомогти їм. Дітям треба пояснювати, що оцінну лексику варто використовувати обережно, етично, кепкувати в міру, не наслідувати героїв поганих фільмів. Вчитель має провести певні заходи щодо протидії булінгу. Пояснити, що можуть зробити діти, щоб уникати ситуацій булінгу. Наприклад: знайти спільну мову з кожним учнем у класі; відшукати собі друга серед ровесників, а краще не одного; запрошувати однокласників у гості; не намагатися завжди перемагати у своїх суперечках з ровесниками; навчитися програвати і поступатися, якщо дитина справді не права; навчитися поважати думку своїх однокласників. Психологічна допомога може надаватися психологами або соціальними педагогами у навчальному закладі. У зміст психологічної допомоги входять індивідуальна або групова робота з учнями-жертвами булінгу методами арт-терапії, тренінги підвищення самооцінки, розвитку комунікативної компетентності, асертивної поведінки, психологічна підтримка.

Також вчителю варто пам'ятати, що іноді наслідки переслідування тривають у жертви все життя, можливий навіть розвиток серйозного посттравматичного стресового розладу (ПТСР), що має 5 фаз розвитку: фаза відчаю – підвищений рівень тривожності, коли дитина ще погано усвідомлює що з нею відбувається; фаза заперечення – спроба витіснити з пам'яті те, що

сталося з нею. Можуть з'явитися соматичні розлади, апатія і безсоння; фаза нав'язливості або депресії. Згода з насильством, що сталося у поєднанні з емоційною лабільністю, порушенням сну і поганим настроєм; фаза осмислення того, що сталося, з усвідомленням причини того, що відбулось; фаза завершення – з'являється надія на майбутнє. Педагог у межах своїх компетенцій може створювати на своїх уроках ситуацію неприйняття та заперечення ситуацій булінгу та неповажного ставлення до окремих учнів у класі.

3.4. Гендерний аспект уживання оцінної лексики в середовищі молоді

Антропометричний характер мають оцінні слова, адже саме вони безпосередньо стосуються мовця, відображають його ставлення до навколишньої реальності. Таким чином у процесі пізнання та спілкування людина завжди висловлює своє ставлення до предметів та явищ, які її оточують. Загальна оцінка є певним аксіологічним висновком пізнавального процесу і виражає ставлення людини до світу в цілому. Оцінні критерії залежать від правил та норм суспільства і взаємопов'язані з його стереотипами. Аксіологічна шкала, на якій визначається загальна оцінка, має два полюси «добре» – «погано». Саме між ними і стоять в українській мові оцінні слова, які тією чи іншою мірою виражають позитивну чи негативну оцінку.

У процесі вираження загальної позитивної оцінки у ситуації коли люди спілкуються неформально, то саме міжгендерне спілкування більшою мірою залежить від вербальної поведінки осіб жіночої статі і менш характерне для прояву поведінки чоловічої статі, що відповідно говорить про більшу значущість позитивної оцінки у вербальній поведінці жіночої статі, ніж чоловічої.

Сучасна українська мова багата на фемінітиви, тобто номінації жінок, які виражають оцінку їхньої зовнішності, зокрема вихваляють природну красу лексеми: *«барбі, богиня, красуня, квітка, вродливиця, троянда, німфа, мальвіна»*.

У нашому суспільстві саме жінки є особами, які надихають, ото ж ту, яка вміє мотивувати, називають *мадонною, музою*. Одним із незаперечних фактів є те, що жіноча краса завжди мала і матиме велике значення і викликати захоплення або ж навпаки критику людей чи невдоволення. Часто жінок засуджують, наприклад, через їх надмірну вагу: *бегемотиха, корова, гладуха, свиня, чи навпаки, за нездорову худорлявість, як-от глиста, видра*. Також якщо жінка не володіє вродою особливою, то її ображають, найчастіше це стосується молодих дівчат, які можуть почути у свій бік такі слова: *баба яга, горгона, потвора*.

Також хочемо відзначити, що у нашому суспільстві оцінюють не тільки зовнішність жінки, але і дуже часто дивляться, який у неї характер. Наприклад, якщо поведінка жінки не відповідає ustalеним нормам, то її критикують і навіть засуджують, адже кажуть що це суперечить їх жіночності. Відтак, якщо жінка зла, істерична, то її називають: *зміюка, горгона, фурія, баба яга, невротичка, кобра, психічка, мегера тощо*.

Також часто жінок класифікують у суспільстві як хитрих та підступних: *вертихвістка, крутійка*. Наприклад, часто на жінку можуть сказати *бичка*, щоб таким чином показати, що вона є некультурна або груба дівчина із села; *фіфа*, так називають міську дівчину, у якої нерозвинений світогляд, яка хвилюється тільки за власний зовнішній вигляд і прагне виглядати краще та дорожче, аніж це є насправді. У суспільстві найчастіше цінують сором'язливих і скромних жінок, для означення яких використовують слово *скромниця*.

Останнім часом доволі поширеним є явище фемінізму та тенденція до надання рівних прав і чоловікам, і жінкам. Саме тому у нашому суспільстві частіше стали виникати номінації на позначення професійності осіб жіночої статі: *шефиня, майстриня, умілиця, бізнес-вумен*. Слова в українській мові, які ми перерахували показують зміну у системі стереотипів, адже, наприклад, раніше жінка мала бути вродливою та хазяйновитою (*бджілка, хазяйка*), а зараз її оцінюють не тільки з цієї сторони, але і професійної.

Хоч на перший погляд, жінок критикують більше, ніж чоловіків, але це не так. Перш за все, це зумовлено дуже високими вимогами суспільства до зовнішності, поведінки, рис характеру та роду діяльності сильної статі.

Так уже склалося, що для українців зовнішність займає важливе місце. Особливо акцентують увагу на статурі: найчастіше критикують чоловіків низького росту, наприклад, *коротун, ліліпут, шпінгалет*, або якщо чоловік занадто високий, наприклад, *амбал, каланча, дядя подай горобчика, гулівер, шафа*. Зауважимо, що у зв'язку із поширенням спорту та краси м'язистого тіла, такі номінації, як *амбал, качок, гулівер* часто сприймаються об'єктом оцінювання позитивно, а не негативно. Також зазначимо, що чоловіків часто критикують за їх велику вагу та неохайність, незграбність, неповороткість, що помітно у таких словах: *гладун, бегемот, бубир, гевал, ступа, пузань, пухтій*.

Також у суспільстві прийнято оцінювати чоловіків частіше, ніж жінок за їх родом занять та професійними здібностями. Дуже важливим є те, щоб чоловік мав чесний і великий заробіток. Ряд номінацій становлять лексеми на позначення особи, яка заробляє незаконним шляхом: *«шантажист, шарлатан, шахрай, альфонс, бандит, бандюга, барига, борзотисець, браконьєр, злодюга, злочинець, лихвар, наркобарига, тать»*.

Негативно марковані номінації використовують на позначення осіб, які порушують закон: *братовбивця, гвалтівник, кат, батьковбивця, маніяк*.

Тому формується велика кількість номінацій для визначення осіб, діяльність яких суперечить нормам суспільної поведінки та порушує закони країни. Досить часто чоловіки схильні до шкідливих звичок, серед яких куріння і вживання алкоголю. Людину, яка часто вживає спиртні напої, називають такими ОН: *алкаш, зюзік, пропоєць, алкоголік, баклажан, куряга, попільничка*

Висновки до розділу 3

В освітньому середовищі сучасна українська молодь оцінно реагує на вчителів, друзів, однокласників, шкільні предмети. Позитивної оцінки зазнають найчастіше вчителі та друзі. Переважно негативно характеризують

відмінників та дітей, які не мають популярності, авторитету в інших. З опитування, яке проводили з учнями, зробили висновок, що найчастіше ображають слабших дітей або відмінників. Інколи такі сленгові образи переростають у булінг. У такому випадку вчителів, який працює з учнями необхідно негайно допомогти їм. Дітям треба доносити, що оцінну лексику варто використовувати обережно, етично, кепкувати в міру, не наслідувати героїв поганих фільмів.

Вираження загальної позитивної оцінки в ситуації неформального міжгендерного спілкування більш характерне для вербальної поведінки персонажів-жінок і менш характерне для висловлювань персонажів-чоловіків, що свідчить про більшу важливість позитивної оцінки у вербальній поведінці персонажів-жінок, порівняно з персонажами-чоловіками.

Проблема молодіжних конфліктів на тлі різного оцінного сприйняття об'єктів довкілля є за своєю природою динамічною, підвладною швидкоплинній моді, системою. Лексична динаміка цього процесу зумовлюється насамперед природною зміною у часі суспільних явищ, предметного світу речей, реалій, з яким ідентифікує себе молодь, а також зміною мовних смаків, специфікою лінгвокреативних процесів у структурі їх світу.

Компліментарне молодіжне мовлення є експресивним, емоційно забарвлене. Експресивно-емоційного забарвлення лексика компліментів набуває або метафоризацією у мовленні загальноновживаних слів, або в процесі словотворення.

Гендерний аспект уживання оцінної лексики в середовищі молоді характеризується тим, що вираження загальної позитивної оцінки в ситуації неформального міжгендерного спілкування більш характерне для вербальної поведінки персонажів-жінок і менш характерне для висловлювань персонажів-чоловіків, що свідчить про більшу важливість позитивної оцінки у вербальній поведінці персонажів-жінок, порівняно з персонажами-чоловіками. Сучасна українська мова багата на фемінітиви, тобто номінації жінок, які виражають

оцінку їхньої зовнішності, зокрема вихваляють природну красу лексеми, а також їх характеру. Чоловіків частіше, ніж жінок, оцінюють за їхнім родом занять та професійними здібностями.

ВИСНОВКИ

Категорія оцінки – давня і водночас досі продуктивна та динамічна група лексики, яка невинно поповнюється новотворами. Вони отримані в результаті двох паралельних тенденцій: очищення та глобалізації. Насамперед обґрунтовуються оновлені видові оцінні номінації, підвищена продуктивність усталених методів їх створення. Другий зумовлює поповнення лексичного складу української мови за рахунок запозичень, переважно з англійської мови. Цей процес визначається економічними, політичними та соціальними факторами.

Лексика на позначення осіб з оцінним компонентом характеризується емоційністю, що зумовлює функціонально-стилістичну обмеженість цієї групи. Тому оцінні номінації допустимі в публіцистичному, художньому та розмовному стилях мовлення і суперечать принципам науковості та офіційно-ділового характеру. Використання оціночних номінацій є здебільшого засобом висміювання, засудження, приниження когось або навпаки. Така лексика виступає одним із засобів досягнення прагматичної мети мовця чи автора, а саме емоційного відгуку. Це важливо враховувати під час комунікативного акту, оскільки оцінні номінації передбачають перехрещення денотативного значення з конотативним, де останній, власне, продовжує основну роль цієї лексики у спілкуванні.

Найпоширенішою класифікацією за шкалою оцінювання є поділ позитивної (меоративної, меліоративної), нейтральної та негативної (пейоративної, інвективної) оцінок. На рівні мовлення можливості трансформації згаданих типів оцінок: а) в умовах контексту нейтральні лексеми набувають позитивного чи негативного забарвлення; б) позитивне перетворюється на негативне, а негативне на позитивне. Залежно від контекстуального варіювання оцінної конотації лексеми мають пряме номінативно-оцінне значення та переносне номінативно-оцінне значення. Такий лінгвістичний аналіз оцінки знайшов своє відображення в поділі оціночних назв на власнеоцінні (з первинним оцінним значенням) і

контекстуально-оцінні (з первинним нейтральним значенням, які набувають у контексті оціночних конотацій).

На сучасному етапі, коли відбуваються стрімкі зміни в суспільному житті України, стають також іншими пріоритети діяльності й розвитку особистості, особливого значення набуває культура спілкування. Поява у мовленні значної кількості сленгів, жаргонів, використовуваних різними групами, змушує нас серйозно замислитися над проблемою чистоти мови, що є ключовою з погляду національної культури, мовної. Адже українська мова – скарбниця духовних надбань народу, досвіду, праці, творчості і співжиття багатьох поколінь, оберіг народу, його звичаїв, традицій, запорука інтелектуального зростання, розвитку, поступу в загальнолюдському житті. Саме тому проблема надмірного вживання сленгової лексики молоддю та підлітками України завжди важлива й актуальна й має достатньо матеріалу для розгляду, дослідження й аналізу. Жива мова – явище динамічне, що постійно розвивається. Адже ніхто ніколи не забороняв нікому користуватися сленгом, головне, щоб це не засмічувало культурне мовлення молоді і вживалося доречно

Позитивнооцінні сленгові фраземи дуже актуальні у площині молодіжного соціолекту і найчастіше зосереджуються у низці відповідних лексико-семантичних груп. У цих межах розрізняємо фіксацію емоційних, фізіологічних / фізичних та інтелектуальних станів / діяльностей особистості. Негативнооцінні сленгові фрази посідають значне місце у використанні їх молоддю. Розрізняємо: емоційні, фізіологічні, фізичні, інтелектуальні стани / діяльності особистості. Додамо, що такі сленгові фрази у переважній більшості мають інгерентну конотацію, яка відрізняється від адгерентної низкою параметрів: «перша – загальномовна, позаконтекстна, друга – контекстно-ситуативна, формується контекстом; елемент фразеологічного значення – елемент контекстно збагаченого значення; стереотипна – базується на стереотипі, але ситуативна тощо.

Особливістю сленгових фразеологізмів є їх здатність відображати культурно зумовлене ставлення представників певної нації до історичних подій і явищ, які відбуваються в житті сучасного громадянина. Жаргонні фразеологізми є надзвичайно високим і яскравим компонентом структури мови міста. Поєднуючи в собі ознаки фразеології та сленгу, вони відображають соціокультурні, історичні, мовні особливості жителів міста, передають їх емоційно-експресивне ставлення один до одного та до навколишньої дійсності.

Для вираження категорій суб'єктивного ставлення до дійсності в українській мові використовуються дедуктивно-емоційні суфікси та суфікси посилення, які, приєднуючись до твірної основи, надають новоутвореному слову відтінків вишуканості, формують різноманітні експресивно-оцінні значення похідних слів.

Метафора – складне багатопланове мовне явище, дослідження якого твориться в різних лінгвістичних аспектах: семантичному, стилістичному, синтаксичному, функціональному та ін.. Основними властивостями метафори є її семантична подвійність, образність, антропометричність. Семантична подвійність формується за допомогою двох денотатів у процесі метафоризації і завершується як відношення лексичного значення метафоричного імені до лексичних значень двох об'єктів. термін відображає наявність двох його планів у семантиці метафори - плану, пов'язаного з денотативним значенням слова, з номінативним значенням, і плану, пов'язаного з асоціативно поданою мотивуючою ознакою. Образність метафори – це її здатність подавати через словесний образ фрагмент невербальної дійсності.

Особливістю сленгових фразеологізмів є їх здатність відображати культурно зумовлене ставлення представників певної нації до історичних подій і явищ, які відбуваються в житті сучасного громадянина. Жаргонні фразеологізми є надзвичайно високим і яскравим компонентом структури мови міста. Поєднуючи в собі ознаки фразеології та сленгу, вони відображають соціокультурні, історичні, мовні особливості жителів міста,

передають їх емоційно-експресивне ставлення один до одного та до навколишньої дійсності.

Спонтанне усне мовлення характеризується спрощеним синтаксисом, виробляється засіб зв'язку між частинами висловлювання. Велику роль відіграють інтонація, порядок слів, акцентуація. Висловлювання часто уривчасті, незакінчені. Причому паузи можуть використовуватися як для підбору потрібного слова, так і для акцентуації чи вираження ставлення мовця до повідомлення чи його частини. В усному мовленні потужні неповні речення, зміст яких зрозумілий із контексту, повтори частин слів, самовиправлення, відновлення усталених структур, дискурсивні розмовні конструкції, емоційні вигуки, звертання, вставні слова, риторичні фігури.

Проблема молодіжних конфліктів на тлі різного оцінного сприйняття об'єктів довкілля є за своєю природою динамічною, підвладною швидкоплинній моді, системою. Лексична динаміка цього процесу зумовлюється насамперед природною зміною у часі суспільних явищ, предметного світу речей, реалій, з яким ідентифікує себе молодь, а також зміною мовних смаків, специфікою лінгвокреативних процесів у структурі їх світу.

Компліментарне молодіжне мовлення є експресивним, емоційно забарвлене. Експресивно-емоційного забарвлення лексика компліментів набуває або метафоризацією у мовленні загальноновживаних слів, або в процесі словотворення.

Гендерний аспект у вживанні оцінної лексики серед молоді характеризується тим, що вияв загальної позитивної оцінки в ситуації неформального міжгендерного спілкування більшою мірою характерний для вербальної поведінки персонажів жіночої статі і менш характерний для прояву чоловічої. персонажів, що свідчить про більшу значущість позитивної оцінки у вербальній поведінці персонажів – жінок, поряд з персонажами-чоловіками. Сучасна українська мова багата на фемінітиви, тобто номінації жінок, які виражають оцінку їх зовнішнього вигляду, зокрема вихваляють природну

красу лексеми, а також характер. Чоловіків частіше за жінок оцінюють за родом занять і професійними здібностями.

Виконане дослідження відкриває перспективи для подальшого вивчення категорії оцінки в інших соціолектах сучасного українського комунікативного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрійченко Ю. В. Гендерна маркованість одиниць мови. Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: зб. наук. праць. Київ, 2011. Вип. 20. С. 3-9.
2. Арутюнова Н. Д. Об объекте общей оценки. *Вопросы языкознания*. 1985. № 3. С. 13-24
3. Бабенко О., Кравченко О. В усному мовленні – сленг. *Урок української*. Київ. 2004. №11-12. С. 21-24.
4. Баган М. П. Конотації зоонімів у сучасному молодіжному мовленні і традиційній українській лінгвокультурі: константи і динаміка сприйняття. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Філологія*. 2021. Вип. 1 (45). С.51-57.
5. Баган М., Навальна М., & Істоміна А. Індивідуальні вербальні коди спонтанної емоційної психорегуляції сучасної української молоді. *PSYCHOLINGUISTICS*. 2022. № 31(2). URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/1286>
6. Балабін В. В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу: Монографія. Київ.: Логос, 2002. 315 с.
7. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование. *Вопросы языкознания*. 1996. №3. С. 32-41.
8. Бессонова О. Концептуальна організація оцінного тезауруса англійської мови. *Лінгвістичні студії: Зб. наук. пр.* Донецьк: ДонДУ, 2005. Вип 13. С. 241–245.
9. Бігунова Н. О. Позитивна оцінка: від когнітивного судження до комунікативного висловлювання: монографія. Одеса: КП ОМД, 2017. 580 с.
10. Бойко М. Ю. Л. О. Ставицька про історію дослідження аргю, жаргону та сленгу. Система і структура східнослов'янських мов. 2014. Вип. 7. С. 33-41.

11. Боклаг Н. П. Молодіжний сленг як спосіб самовираження студентів (на матеріалі англійської та української мов) URL:http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/42996-Molodizhniij_sleng_jak_sposi/1.html
12. Бондаренко К. Л. Лінгвокультурні особливості українського та англійського сленгу: дис. канд. філол. наук: 10.02.17 *Порівняльно-історичне та типологічне мовознавство*. Донецьк, 2007. 261 с. URL: <https://revolution.allbest.ru/languages/00311485.html>
13. Буханцева Ю. В. Трансформація естественного языка как явление субкультуры. *Языкознание*. 2016. №1 (55). Ч.1. С.97–99.
14. Василенко Ю. Молодіжний сленг. Монографія. Київ: Логос, 2002. 315 с.
15. Вильюман В. Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке. *Вопросы языкознания*. 1960. № 6. С. 137–140.
16. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. Москва: Едиториал УРСС, 2009. 280 с.
17. Гальперин И. Р. О термине «сленг». *Вопросы языкознания*. 1956. № 6. С. 107–114.
18. Гнітецька М. М. Метафора як засіб вираження оцінності в сучасному публіцистичному тексті. Сучасні напрямки досліджень міжкультурної комунікації та методики викладання іноземних мов. 2011. С.86-87.
19. Годун Н. Ділова українська мова з елементами професійного та розмовного сленгу в молодому середовищі.
20. Голованевский А. Л. Оценочность и ее отражение в политическом и лексикографическом дискурсах. *Филологические науки*. 2002. № 3. С. 78–87.
21. Городенська К. Г. Соціолінгвістичні аспекти адаптації нових запозичень до граматичної системи української мови. *Соціолінгвістичні студії*. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго. 2010. С. 226–233.
22. Грабовий П. Дослідження українського молодіжного сленгу в аспекті мовної картини світу. *Наукові записки. Серія: філологічні науки*. 2009. Вип. 81 (3). С. 260–263.

23. Грабовий П. М. Зіставлення англійського та українського молодіжного сленгу в лінгво культурологічному аспекті. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: філологічні науки*. Кам'янець-Подільський, 2011. Вип. 28. С. 99–101.
24. Гуйванюк Н. В. Емоційно-оцінна лексика у словнику буковинських говірок. *Мовознавчий вісник*. 2011. Вип. 12-13. С. 88-90.
25. Дворянкін В. О. Оцінні антропономіації в українському художньому мовленні початку ХХІ століття. *Вчені записки. Сер. : Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Вип. 4, ч.1. С. 49-53.
26. Дзендзелівський Й. Український бурсацько-семінарський жаргон середини ХІХ ст. На матеріалах повісті «Люборацькі» А. Свидницького. *Українське і слов'янське. Збірник праць*. Львів: Наукове т-во ім. Т. Г. Шевченка. 1996. С. 353–359.
27. Донцова О. Сленг субкультури аніме: джерела запозичення і зв'язки з іншими молодіжними субкультурами URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11779/Dontsova_Slenh_subkultury_anime.pdf?sequence=1&isAllowed=y
28. Дорда В. Співвідношення студентського сленгу з загальним та спеціальним сленгом. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs_2009_81%281%29__81
29. Дорда В. О. Гендерні аспекти молодіжного сленгу США. *Вісник СумДУ. Серія «Філологія»*, № 1' 2008. С. 20 – 24.
30. Ерофеева Е. В. Дифференциация и интеграция социолектов: к вопросу о взаимодействии социальных факторов. *Вестник Пермского университета*. 2010. Вып.5 (11). С.39-47.
31. Ерофеева Т. И. Социолект как инструмент описания языковой ситуации региона. *Вестник Пермского университета*. 2010. Вып.1(7). С.21–25.
32. Жирмунский В. М. Национальный язык и социальные диалекты. Ленинград: Гослитиздат. 1936. 300 с.

- 33.Заводна Л. Сучасний погляд на молодіжний сленг. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2014_1_16
- 34.Зайцева С. В. Інтернет-сленг в українськомовному медіа просторі. URL: <http://lingvodnu.com.ua/archiv-nomeriv/lingvistika-lingvokulturologiya-2011/>
- 35.Ивин А. А. Основание логики оценок. Москва : Изд-во Москва ун-та, 1970. 230 с.
- 36.Іщенко Н. Г. Оцінний компонент лексичного значення слова. *Філологічні трактати*. 2010. Вип. 3. С. 47-50.
- 37.Казак С. П. Оцінний компонент соматикону емоційного реагування персонажа. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Сер.: Філологія*. 2014. Вип. 29. С. 182-190.
- 38.Корнєва Н. А. Оцінна лексика та її функціонування в текстах наукових рецензій (на матеріалі української мови). 2009. Вип. 20. С. 303-307.
- 39.Корольова В. В. Оцінні номінації осіб у соціокультурному контексті (на матеріалі сучасних змі). *Філологічні студії*. 2011. Вип. 3. С. 274-278.
- 40.Кочерган М. П. Вступ до мовознавства. Київ : ВЦ «Академія», 2008. 368 с.
- 41.Лобоцька І. В., Баган М. П. Способи оцінної номінації осіб у сучасній українській мові: традиція і новаторство. Матеріали Міжнародної студентської науково-практичної відеоконференції «Світ цінностей і цінності у світі», 13-14 травня 2021 року. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2021. С.125–127.
- 42.Локиев А. А. Бессознательное сленга. Иллюзии целостности человека в психологии: от частного подхода к истинной системности: материалы межвузовской практической конференции. СПб.: Лема. 2009. С. 214–221.
- 43.Мартин Н. В. Місце оцінності у семантичній структурі слова. *Наукові записки. Сер. : Філологічна*. 2014. Вип. 48. С. 17-19.

44. Мартос С. А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? *Культура слова*. Київ., 2003. Вип. 62. С. 39–44.
45. Матвеева Н. П. Лексико-семантичні труднощі писемного тексту та їх лексикографічна інтерпретація: автореф. дис. ... докт. філол. наук: 10.02.15. НАН України, Ін-т укр. мови. Київ., 1997. 48 с.
46. Матюшенко Е. Е. Современный молодёжный сленг как атрибут молодежной субкультуры. *Вестник СНО*. Волгоград: Перемена, 2003. № 19. С. 97–102.
47. Михальченко Марина. Оцінка у філософсько-логічному та психологічному аспектах. *Лінгвістичні студії*. 2008. Вип. 18. С. 8-12.
48. Нагель В. В. Оцінні найменування осіб в українській мові кінця ХХ - початку ХХІ століття. : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Дніпропетровськ, 2008. 19 с.
49. Нагель В. В. Оцінні найменування осіб в українській мові кінця ХХ - початку ХХІ століття: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Дніпропетровськ, 2008. 19 с.
50. Нагель В. В. Оцінний компонент в семантичній структурі слова. *Ономастика і апелятиви*. Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. Вип. 30. С. 280-286.
51. Науменко Л. М. Молодіжний сленг – реалії сьогодення. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2013. Вип. 34. С. 227–230.
52. Онищенко І. В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Дніпропетровськ, 2004. 20 с.
53. Пиркало С. Походження сучасного українського молодіжного сленгу. *Українська мова та література*. 1998. № 25. С. 4–5.
54. Погоріла А. І. Особливості функціонування неологізмів у молодіжному мовленні. *Молодий вчений*. 2017. №4–3 (44.3). С. 208–211

55. Поздняков О. Номінативні процеси в сучасному німецькому молодіжному слензі (системно-квантитативне дослідження словників і періодичних видань): автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04. Германські мови. Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. О.: 2010. 20 с.
56. Потятиник У. О. Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Германські мови. Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2003. 21 с.
57. Приходько Г. І. Оцінний компонент у семантичній структурі слова. *Філологічні науки*. 2009. Вип. 45. С. 44-47
58. Проскуркіна С. А, Василькова Н. В. Репрезентація оцінки в мікротексті // Південний архів. *Філологічні науки*: Зб. наук. пр. Вип.10. Херсон: Айлант, 2001. С. 55–58.
59. Римашевський Ю. А. Соціальний компонент у семантиці слова. *Соціолінгвістичні студії*. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго. 2010. С. 240- 245.
60. Руденко М. Ю. Арго, жаргон і сленг у європейському й американському мовознавстві: історія і сучасний стан дослідження: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15. *Загальне мовознавство*. Слов'янськ, 2012. 270 с. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/2048>
61. Селіванова О. О. Проблема форм міксації мов і соціолінгвістиці. *Мова і суспільство*. 2011. Вип. 2. С. 3-10.
62. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.
63. Семенова Н. В. Фразеологія молодежного сленга (на матеріалі німецького язика): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Германские языки. Владимир. 2006. 194 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/frazeologiyamolodezhnogo-slenga-na-materiale-nemetskogo-yazyka>

64. Словник оцінних найменувань осіб української мови. укл. І. С. Попова, В. В. Корольова. Дніпропетровськ: Пороги, 2009. 175 с.
65. Соловій У. В. Оцінно-образна номінація у структурі художнього тексту (на матеріалі української «малої прози» кінця XIX - початку XX століття): автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.01. Івано-Франківськ, 2003. 24 с.
66. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. Київ: Критика, 2005. 464 с.
67. Таран О. Функції сленгізмів у сучасному українському неймінг-просторі. *Українська мова*. 2013. №3. С. 74–84.
68. Титаренко Л. Мовні особливості субкультури кей-поперів. *Пріоритетні напрями європейського наукового простору: пошук студента*. Ізмаїл: РВВ ІДГУ, 2017. Вип. 7. С. 198–200.
69. Ткачівська М. Р. Молодіжний сленг і його класифікації. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. №6. Том 2. С. 114–118.
70. Українська мова. Енциклопедія [Редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко та ін.]. [3-е вид., випр. і доп.]. К.: Вид-во «Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана», 2007. 684 с.
71. Устинова О. О. Студентський сленг: соціолінгвістичний аспект. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/1344/>
72. Федотова Е. И. Семантическая структура оценки. *Нариси досліджень у галузі гуманітарних наук в педвузі : зб. наук. та наук.- метод. пр.* Горлівка, 1996. Т. 2. Вип. 2.– С. 195–201.
73. Христенко О. С. Німецький молодіжний сленг: лінгвокогнітивний та соціолінгвістичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2009. 20 с.
74. Цимбал Н.А. Методи лінгвістичних досліджень: навч. посібник. Умань: Візаві, 2019. 106 с.
75. Чернейко Л. О. Оценка в знаке и знак в оценке. *Филологические науки*. 1990. № 2. С. 72–81.

76. Чобот І.В. Оцінка як функціонально-семантична категорія. *Нова філологія*. 2002. Вип. 3. С. 130-137.
77. Чобот І.В. Синтаксичні засоби вираження оцінки у публіцистичному мовленні. *Vivat Academia: Матеріали І Всеукраїнської наукової конференції молодих учених-філологів*. Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2013. С. 155-157.
78. Шапочка К. А. Загальний і спеціальний сленг у системі субстандартною лексики. *Обрії сучасної лінгвістики*. 2013. Вип. 4. С.108–114.
79. Шапочкіна О. Дефініційна характеристика молодіжного сленгу сучасної німецької мови. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2013. Вип. 38. С. 140–141.
80. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж : ВГУ, 1987. 190 с
81. Щур І. І. Внутрішня форма одиниць комп'ютерного сленгу. *Актуальні проблеми української стилістики: теорія і практика*. 2003. Вип. 7. С. 135-143.
82. Flexner S. B. Dictionary of American Slang. N.Y. Tomas Y. Crowell Publishers, 1967. 414 p.
83. Last A. Heibe Dosen und Schlammziegen – Ist das Jugendsprache? OBST. Osnabrück. 1989. №41. P. 35–68.
84. Last.A. Типу yazykovykh znacheniy. Nauka, 1989. 341 p.
85. Löffler H. Germanistische Soziolinguistik. Berlin.: Schmidt. 1994.
86. Partridge E. Slang Today and Yesterday. 4th ed. London: Routledge & Kegan Paul, 1972. 476 p.
87. Partridge E. Usage and Abusage: A Guide to Good English. London: Penguin Books. 1999. 401 p.
88. Schlobinski P. Alles ist aine Frage des Stils. Zur sprachlichen Kommunikation in Jugendcliquen und –szenen. Muttersprache.1996. №3. S. 211 – 225

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Короткий словник жаргонної лексики української мови / укл. Л. Ставицька. Київ: Критика, 2003. 334 с.
2. Словник іншомовних слів. URL:
<https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Article=14284&action=show>
3. Словник оцінних найменувань осіб української мови / укл. І. С. Попова, В. В. Корольова. Дніпропетровськ: Пороги, 2009. 175 с.
4. Словник української мови: В 11 т. Київ: Наукова думка, 1970.

SUMMARY

Kotomova K.I. Category of assessment of modern ukrainian youth socioelect.

The qualification work systematizes the theoretical aspects of the category of evaluation of the modern youth sociolect, the formation of lexical evaluation and communicative manifestations in youth communication of the Ukrainian language.

It was determined that in the process of learning about objects and phenomena of the material and spiritual world, human consciousness strives not only for an objective reflection of the world, it is also characterized by evaluative activity. The subject forms its attitude to the objects of non-verbal reality, which is based on the evaluation of these objects. In order to evaluate an object, a person must consider it in terms of its perception. The evaluation reflects the nature of the individual. What is needed (physically and spiritually) by a person and Humanity is evaluated. The evaluation category is related to the ontology of human consciousness, its interpretation function and reflects the model of the world. Evaluation is present everywhere, where there is a collision of the subject of knowledge with the objective world. The individual constantly evaluates him/herself and others, surrounding his/her reality, expresses his/her attitude by various means in the process of communication.

It is characterized that evaluative phenomena is considered to be very important in the communicative process. Scientists claim that the evaluation category is generally one of the most necessary in the language picture of a speaker, since its semantics always carries the value system of the surrounding world and the value of a person in it, which is objectified in a certain way in language units. Evaluation occupies an important place in the linguistic picture of the world, and a huge number of scientific works are devoted to this phenomenon, which consider various aspects of this semantic category, namely: the nature and structure of evaluation, its types, means of its expression, its anthropocentrism, the interaction of semantic and pragmatic aspects, its connection with the phenomena of expressiveness, intensity and modality.

Semantic groups of positive and negative slang nominations were studied. Methods of formation of lexical evaluation were analyzed and evaluative tools of young people in official communication were identified. The specifics of the complimentary youth broadcasting and the problems of youth conflicts against the background of different evaluative perceptions of environmental objects are clarified and revealed. The gender aspect of the use of evaluative vocabulary among young people is substantiated.

A number of general scientific and specific scientific methods were used in the work. In particular, general scientific methods of analysis and synthesis were applied for working out theoretical sources from the researched problem; a general scientific method of classification helped to distinguish typology of estimated values. Linguistic methods were also used in the qualification work such as structural and semantic analysis; functional analysis and contextual analysis; method of comparative analysis.

The scientific novelty of the qualification work consists in the in-depth study of the typology of evaluative meanings and methods of formation of youth slang, the semantic groups of positively and negatively evaluative slang nominations were investigated, the evaluative metaphors and phraseology of modern youth slang were identified and the communicative manifestations of the evaluation category in youth communication were analyzed.

Key words. *Evaluation, evaluation means, sociolect, youth sociolect.*