

УДК 811.161

Г.С. Яроцька

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри прикладної лінгвістики

ЛІНГВОАКСІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РЕЙТИНГОВОГО СПИСКУ СЛІВ 2018 РОКУ

У статті проаналізовано лінгвоаксіологічний статус найбільш популярних слів українського дискурсу 2018 року, зокрема увагу зосереджено на чинниках привабливості слів та з'ясуванні шляхом опитування актуальності деяких лексем, обраних та визначених на інтернет-ресурсах як рейтингових. На даний час проголошено слова та словосполучення 2018 року, серед яких: токсичний, томос, біткойн, активісти, спецоперація, СБУ, булінг, євробляхи, лоукости, новачок, міхомайдан. Окреслено основні ознаки таких слів, визначені чинники їхньої популярності, семантичні та прагматичні характеристики. Чинниками аксіологічного статусу слова в сучасній культурній парадигмі з інтелектуальним ядром «знання» є інішомовність, неясність значення, стислість і милозвучність форми, авторитетне джерело.

Ключові слова: номінативний вигляд 2018 року, рейтингові лексеми, лінгвоаксіологічний потенціал, ціннісні пріоритети.

Посилення особистісного начала в ЗМІ сприяло розквіту медійної слово-творчості. Медійні новоутворення беруть участь у формуванні системи цінностей і тим самим мають важливе лінгвокультурне значення. «Лінгвокультурне вивчення різних подій, які сталися в житті або створено творчою уявою, дає можливість установити систему аксіогенних ситуацій – ціннісно насичених фрагментів буття, що мають особливу значимість для розуміння дійсності» [3, с.156]. Як стверджує А. Вежицька, такий показник, як частотність вживання слів сигналізує про релевантність позначуваного поняття в певній культурі, важливості його для носіїв мови [1, с. 278]. Отже, у нашій роботі ми зосередимося на лінгвоаксіологічному статусі популярних слів та проаналізуємо аксіологічний потенціал рейтингових слів 2018 року, визначивши чинники їхньої привабливості.

Аксіологічна функція лексичних одиниць багаторазово описана в лінгвістичній літературі. Вчені погоджуються з тим, що лексичний фонд мови є універсальний спосіб фіксації, зберігання і трансляції культури. Слово отримує статус вербальної цінності, коли важливими стають не тільки поняття, явища, факти, що репрезентовано знаком, а й сама оболонка, форма знаку. Змістова сторона слова (лексичне значення, поняття) в аксіологічному полі співвідноситься з оцінною шкалою «добре – погано», а форма слова як вербальної цінності може бути інтерпретованою в межах тіміологічного підходу, який пе-

редбачає виокремлення системи «поза Добром і Злом» через оцінні оператори «важливо / неважливо».

У першу чергу в ядро засобів, які формують нашу свідомість і водночас є ціннісними орієнтирами, уналежнюють ключові слова, ознаками яких є кореляція з національними концептами, частотність вживання, дериваційний потенціал, метафорична активність, здатність організувати специфічні дискурси і спричиняти метамовну рефлексію. Такі слова позначаються хронологічно маркованим терміном «ключові слова епохи» [див.2]. Спроби виокремити ці лексичні одиниці як об'єкт наукового дослідження пояснюються природним прагненням людини зрозуміти вербальний культурний код.

Разом з тим інтерес лінгвістів викликають і «слова-одноденки», рейтингові слова (див. аналіз терміну в [6]), які пов'язані з будь-якою сенсацією, соціально значущим фактом, модною тенденцією тощо. Склад цієї лексичної групи дуже неоднорідний: це може бути «предметне» слово (*вейп*) або авторські перифрази (*агенти Кремля, в'язні Кремля, рука Москви, вийти із зони комфорту*), оцінні номінації (*порохоботи, фейкові новини, грантоїди, бджолоцид*) або нейтральні терміни (*біткойн, криптовалюта, соціофобія, соціопатія, депресія, ОКР*). Рейтингним може стати запозичення, новоутворення, семантичний неологізм або відоме в мові слово, частотність якого різко збільшилася під впливом соціального контексту (*хайлі-лайкли, харасмент, новачок, безвіз*).

Отже, у словнику можна виділити дві групи, які носії мови інтуїтивно або свідомо сприймають як вербальні цінності: ключові й рейтингові слова. Так, актуальними для сучасної мовної свідомості українців стали такі поняття, «Слава Україні», «санкції», «спецоперація СБУ», «цінні поради Уляни Супрун», «шкільна реформа», «лоукости», «Керченська протока», «Міхомайдан» та деякі інші. [7].

Зацікавленість новою лексикою виходить за межі наукової спільноти: в інтернеті створюються проекти задля складання списків рейтингових слів. Такі дослідження проводяться в багатьох країнах світу. Найбільш популярним у світі за минулий рік стало слово *токсичний*. Оксфордський словник назвав словом 2018 року *toxic* (токсичний). У 2017 році тлумачний словник Merriam-Webster вибрав словом року *feminism* (фемінізм). Укладачі цього американського словника оприлюднили слово, яке стало найбільш популярним на їхньому сайті. Ним виявився іменник *justice* (справедливість, правосуддя, законність), його шукали на 74% частіше, ніж у 2017 році, повідомила «Медуза» [8]. Слід зазначити, що в десятку слів, які користувачі словника шукали найчастіше, увійшли *nationalism* (націоналізм), *pansexual* (пансексуальний), *Lodestar* (Полярна зірка), *epiphany* (прозріння), *feckless* (безвідповідальний), *Laurel* (ім'я Лорел), *pissant* (нікчемність), *respect* (повага), *taverick* (інакомислячий) і *excelsior* (дедалі вище) [8].

В Україні опитування «Слово року» проводиться з 2013 року словником Мислово. У 2013 році словом року став *Євромайдан*. Це слово також зайняло друге місце в опитуванні Російського слова року. У 2014 році – *Кібор*

ги (прізвисько українських захисників Донецького аеропорту). У 2015 році – *блокада* (через блокаду анексованого Росією Криму). У 2016 році – *корупція*, (як підсумок суспільної дискусії про шкідливий вплив її на українську державу). У 2017 році – *безвіз*, (через вступ у дію безвізового режиму з ЄС). У 2018 році – *томос* (на честь утворення в Україні автокефальної помісної церкви) [9]. Головні слова року обираються також ученими, журналістами, письменниками та ін. Результати конкурсу розміщено в інтернеті та слугує матеріалом для наукових досліджень, в тому числі й зіставного характеру. На даний час проголошено слова та словосполучення 2018 року, серед яких: *токсичний, томос, біткойн, активісти, спецоперація, СБУ, булінг, євробляхи, лоукости, новачок, міхомайдан* [7; 10].

Інші інтернет-ресурси надають таку інформацію про найпопулярніші рейтингові та нові запозичені слова останніх років: *баттл, лайфхак, лук, аутфіт, флешмоб, спіч, фідбек, смайл, лайк, брексіт, грексіт, сторіз, хаб, ізі, репер, івент, імпакт, інфлюенсер, емодзі, хейтер, смомбі (смартфонозомбі), інфотеймент, харасмент, фемінітив, блогер, холівар, фейк, кеішбек, хештег, сингл-юс, тролінг, хайлі лайкли* та ін. [7; 13].

Культурологічна роль цих лексичних і синтаксичних номінацій полягає в тому, що вони формують номінативний образ року, що дозволяє актуалізувати найважливіші соціальні алюзії. Рейтингові слова, як правило, репрезентують факти, значимі для суспільства. Так, термін *томос*, який очолює рейтинг, відображає ситуацію з наданням Україні томосу, *новачок* відсилає до подій у Великій Британії, терміни *біткойн* і *криптовалюта* та сленгізм *євробляхи* належать до економічної сфери. Частина слів представляє політичні відносини: *спецоперація, активісти, міхомайдан, СБУ, санкції, безвіз*, прикметник *токсичний* і *харасмент*, який також за світовими рейтингами популярності займає високі позиції, є сюжетно пов'язаним з політичними скандалами у світі.

Аксіологічна функція кожної лексеми полягає в репрезентації тих чи інших цінностей та оцінок. Встановимо деякі аксіологічні відповідності: *безвіз* – свобода, *токсичний* – прозорість, *біткойн, лоукости* – матеріальний достаток, *томос* – віра, *фейк* – правда, *санкції* – справедливість.

Аксіологічний статус цих слів є неоднозначний, адже їх актуальність для мовної особистості визначається багатьма чинниками: віком, статтю, способом мислення й рівнем життя. Отже, ми запропонували групі інформантів, яка складалася зі 30 студентів Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, написати свій список популярних слів 2018 року. Було виявлено, що з рейтингових слів тільки 3 дали збіги: *томос, фейк, біткойн*.

Задля уточнення актуальності слів, які залишилися за межами активної пам'яті учасників опитування, ми запропонували визначити зміст таких слів: *харасмент, євробляхи, тролінг, лоукост* та *булінг*. Відповіді показали, що жоден з наших інформантів не зміг визначити поняття *харасмент* та найменша кількість інформантів знала зміст лексеми *булінг*. Отже, ознака загальновідомість / поширеність не зовсім релевантна для рейтингових слів.

З метою виявлення ступеню засвоєності слів, що увійшли в активний словниковий запас, були запропоновані такі завдання:

- пояснити значення слів *фейк*, *хайп*;
- оцінити «модність», привабливість слів *фейк*, *хайп*, *тролінг*, *харасмент*; за шкалою від 0 до 3 (не модне – модне – дуже модне);
- оцінити частотність слів *фейк*, *хайп*, *булінг*, *харасмент*, *тролінг* в особистому лексиконі, в дискурсах мікросоціуму (родина, друзі) та в публічних промовах за шкалою від 0 до 3 (не вживається – вживається іноді – вживається часто).

Значення слів *тролінг*, *фейк*, *лоукост* пояснили всі учасники експерименту: спосіб визначення був різним, але тлумачення лексем майже відповідає загальноприйнятому значенню. Лексема *євробляхи* отримала 17 відмови, тобто 17 інформантів не змогли визначити зміст лексеми. За оцінкою привабливості на позиціях «модно» і «дуже модно» слово зафіксовано лексеми *хайп*, *фейк*, *тролінг* 29 разів. Таким чином, ці рейтингові слова можна розглядати як освоєні та популярні.

Інша картина складається навколо слова *хайп*. Тлумачення слова пропонувалися різні: «щось продвинуте»; «модне, передове»; «реклама»; «слово з реклами»; «те, що подобається»; «то, чого хочеться», «те, що всім відомо», «те, про що всі говорять», «популярність»; російською мовою – «веселиться», «ажитаж», «известность», «люди, которые у всех на слуху», «получают удовольствие» і т. інш. Запропоновані дефініції дозволяють моделювати цінності цивілізації споживання, що транслюються словами: *мати (володіти)* та *популярність (мати популярність)*. Слово як таке, що вживається в мікросоціумі, оцінило 11 учасників, відзначили як одиницю свого лексикону 17 учасників. Двоє учасників опитування сказали, що слово чують вперше. Таким чином, це слово не можна розглядати як освоєне носіями мови, як одиницю їх активного словника. У той же час як «модне або «дуже модне» слова *хайп* і *фейк* оцінили майже всі учасники (27 учасників), тобто привабливість слова визнається навіть тими інформантами, які не зовсім знають його значення і не використовують його в мові.

Багатошаровість слова *хайп* визначається його багатозначністю, омонімічністю та синтаксичною функцією. У медіа-джерелах подаються різні тлумачення, наприклад: *галас*, *лемент гомін*, *шум* і в тому числі *обман*, *порушення* (емоційне) тощо. «Хоча це слово і є досить новим, зараз знайти його значення можна навіть у словниках. Російськомовні люди запозичили це поняття з англійської мови. Там існує слово «*hype*», що перекладається як нав'язлива реклама. У чомусь схоже значення існує і в російській мові» [11].

Хайп на україномовних сайтах визначається як галас, що піднімається в засобах масової інформації або просто колах спілкування. Інакше кажучи, це захоплені чутки про якусь людину, групу людей або явище. У сучасному сленгу слово *хайп* може мати далеко не тільки позитивне визначення. Будь-яка бурхлива реакція навколо чого б то не було, навіть загальна ненависть, може називати-

ся *хайпи*. Багато людей, особливо молодь, прекрасно знають, що таке *хайп*, однак поняття *хайп-проекту* для них є чимось абсолютно новим і незрозумілим. Проте це явище має дуже мало спільного з трактуваннями, описаними вище. Справа в тому, що в цьому випадку має місце слово НУІР, а не *hype*, і воно розшифровується як High Yield Investment Program. Деякі навіть вважають за краще вимовляти це поняття як *xip* або *xi-ayni*. Отже, назву «хайп» отримав шахрайський проект, який нагадує інвестиційний фонд, що і відображено в розшифровці. Як правило, він працює в онлайн-режимі, використовуючи електронну валюту [12]. Отже, українські та російські лексеми *хайп* та їх похідні є омонімами до англійського *hype* (медійний шум) і НУІР («шахрайський проект»), бо вони мають протилежну оцінку конотацію. Дискурсивна гнучкість визначається синтаксичним потенціалом слова. Найчастіше воно стоїть у позиції оцінного предиката: *Це справжній хайп!*; може перетворюватися на об'єкт або бути персоналізованим у метафоричному виразі *Всі ловлять хайп; Хайп рулить!*

Результати експерименту дозволяють фіксувати аксіологічний статус не тільки значення, а й форми лексичної одиниці. Перерахуємо фактори привабливості слова, що переводять його в групу вербальних цінностей. Першим таким чинником вважаємо іншомовний характер слова, зокрема – англійський. Переважання зовнішніх запозичень у ядрі рейтингових слів є аксіологічним маркером: при необхідності евфемізації і / або семантичного збільшення до значення українського синоніма наша мова легко асимілює англіцизми. «Англійський лук» залишається в українському дискурсивному тренді, незважаючи на спроби деяких українців захистити українську мову від чужого. Отже, англійськість слова маркується в мовній картині світу сучасного носія української мови як ціннісний орієнтир.

Другою причиною формування аксіологічного статусу форми слова є неясність, незрозумілість значення, які стають маніпулятивним інструментом комунікації. Відомо, що важливість тих чи інших цінностей залежить від аксіологічної моделі суспільства, де серед ключових цінностей є такі: 1) мораль (любов, добро), 2) інтелект (знання), 3) екзистенційні цінності (життя, сенс життя), 4) соціальні (свобода, справедливість тощо), 5) естетичні (краса). Особливу значущість нові слова, значення яких ще не освоєно, набувають при реалізації інтелектуальної моделі, яка домінує в сучасному суспільстві. Використання таких слів у мові відповідає трьом тенденціям сучасного знання – демократизація, карнавалізація та візуалізація [4]. Воно імітує причетність до таємного знання, належність до обраних у різних дискурсах (*президентський пул, депутатський спіч, політичний мейнстрім, політичний ньюсмейкер* у політичному дискурсі, *хаб знань, значний імпакт, науковий івент* – в академічному тощо).

Ще однією причиною привабливості слова є його звукова і графічна форма. Кліпова свідомість і хештегова комунікація сучасної людини вимагають граничної стислості: *фест* (*фестиваль*), *лук* (*look*), *нюд*, *спіч*, *лайк*, *фейк*, *драйв*, *баттл* і т. інш. Коротка форма краще висловлює вербальну агресію: *хайп* – щось наполегливе, трохи нахабне, що дає тобі максимум від життя, але що

змушує інших потіснитися. Конотація агресії зберігається в дериватах: *хайпнути* – піарити, просувати, розкручувати; *хайпанути* – прославитися, зробити фурор; *хайповий* – модний, на піку популярності.

На аксіологічний статус слова впливає джерело. Нове слово *хайп* увірвалося в наше життя через рекламу, в якій експлуатувалися модні образи і знімалися популярні медійні особистості. Це є ще одним чинником популярності. Слово означає нав'язливу рекламу і саме є її продуктом. Люди інтуїтивно розуміють слово, але насилу приймають його, рідко вживають у своєму мовленні. Виняток становить молодіжний сленг (*хайповий, спіймати хайп, хайпанути трохи* тощо).

Таким чином, привабливість рейтингового слова визначається також його новизною. Цілком погоджуємося з думкою В. Мар'янчик про те, що «неологізми як знаки відображення нового знання про дійсність мають оцінність у більшій мірі, ніж слова, які закріпилися в мовній системі: вони неминуче тяжіють до позитивного або негативного полюса, тому що когнітивні процеси при пізнанні й відображенні нового явища або нового знання про нього припускають єдність дескрипції та оцінки» [5, с. 50]. Факторами аксіологічного статусу слова в сучасній культурній парадигмі з інтелектуальним ядром «знання» є його іншомовність, неясність значення, стислість і милозвучність форми, авторитетне джерело.

Насамкінець, відзначимо, що значущим для суспільства стають не тільки окремі слова, а й сам рейтинговий список. Проект «Слово року» служить об'єктом рефлексії й оцінки. Інколи має місце незгода з авторами списку. Проте рейтингові слова представляють цінності носія мови, відображають його ціннісні орієнтації і є вербальними цінностями.

Література

1. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание : [пер. с англ., отв. ред. М. А. Кронгауз, вступ. ст. Е. В. Падучевой] / А. Вежбицкая. – М. : Русские словари, 1997. – 416 с.
2. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства / Е. А. Земская // Русский язык конца XX столетия. М.: Наука, 1996. – С. 90-140.
3. Карасик В. И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы / В. И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2015. 432 с.
4. Карасик В.И. Трансформация знания в современную эпоху: лингвокультурный аспект // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2017. № 3. С. 88-94
5. Марьянич В.А. Аксиологическая функция неологизмов медиа-политического дискурса: На материале газетных публикаций начала XXI века: дис. ... канд. филол. наук / В. А. Марьянич. Архангельск, 2006.
6. Мельник Ю.А. Социоллингвистические проекты «Слово года» как источник сведений о неологических процессах в современном русском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Омск, 2018.
7. <https://krapka.club/ua/slova-2018-goda-aktivisty-i-spetsoperatsiya-sbu-tomas/#.XKIRFIUzbiU>
8. <https://www.5.ua/nauka/nazvaly-naipopuliarnishe-slovo-2018ho-roku-183184.html>
9. <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
10. <https://znaj.ua/society/201158-shcho-cikavilo-i-turbuvalo-lyudey-po-vsomu-svitu-top-slova-2018>
11. <https://slovotvir.org.ua/words/khaip-halas>
12. <http://dovidkam.com/krasa/moda/shho-take-xajp.html>
13. <https://nachasi.com/2018/11/15/10-modnyh-sliv-2018-roku/>

References

1. Wezhbitskaya A. Language. Culture Cognition: [trans. from English ed. M. A. Krongauz, introd. art. E. V. Paducheva] / A. Wezhbitskaya. – М. : Russian dictionaries, 1997. – 416 p.

2. Zemskaya E.A. Active processes of modern word formation // Russian language of the end of the XX century. М.: Nauka, 1996. – p. 90-140.
3. Karasik V.I. The Language Spiral: Values, Signs, Motifs. Volgograd: Paradigm, 2015. 432 p.
4. Karasik V.I. Transformation of knowledge in the modern era: linguocultural aspect // Izvestiya of the Volgograd State Pedagogical University. 2017. No. 3. P. 88-94
5. Maryanchik V.A. Axiological function of neologisms of media-political discourse: Based on the newspaper publications of the beginning of the XXI century: dis. ... cand. filol. sciences. Arkhangelsk, 2006.
6. Melnik Yu.A. Sociolinguistic projects «Word of the Year» as a source of information about the neological processes in the modern Russian language: dis. ... cand. filol. sciences: 10.02.01. Omsk, 2018.
7. <https://krapka.club/ua/slova-2018-goda-aktivisty-spetsoperatsiya-sbu-tomas/#.XKIRFIUzbiU>
8. <https://www.5.ua/nauka/nazvaly-naipopuliarnishe-slovo-2018ho-roku-183184.html>.
9. <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
10. <https://znaj.ua/society/201158-shcho-cikavilo-i-turbuvalo-lyudey-po-vsomu-svitu-top-slova-2018>
11. <https://slovotvir.org.ua/words/khaip-halas>
12. <http://dovidkam.com/krasa/moda/shho-take-xajp.html>
13. <https://nachasi.com/2018/11/15/10-modnyh-sliv-2018-roku/>

Iarotska G.S.

LINGUOAXIOLOGICAL ASPECTS TOP-RATED LIST OF WORDS 2018

The article analyzes the linguoaxiological status of the most popular words of Ukrainian discourse in 2018, in particular the focus is on the factors of the attractiveness of words and clarification by means of questioning of the relevance of certain lexemes, that were selected and defined on the Internet resources as top-rated ones. The attention is focused on the axiological potential of words and how they are connected with the value priorities of modern Ukrainian society.

The cultural role of these lexical and syntactic nominations is that they form a nominative image of the year, which allows the actualization of the most important social allusions. Top-rated words, as a rule, represent facts that are significant to the society: томос, новачок, хайп, лайфхак, флешмоб, брексит, хаб, емодзі, хейтер, харасмент, фейк, кешбек, хештег, сингл-юс, тролінг, хайлі лайклі.

It is possible to distinguish two groups in the vocabulary, which the speakers intuitively or consciously perceived as verbal values: keywords and top-rated words. Nowadays there are such notions as Glory to Ukraine, sanctions, SBU, special operation, valuable advice of Ulyana Suprun, school reform, lowcost, Kerch Strait, Mihomydan and some others which have become the most important ones for the modern language consciousness of the Ukrainians. The main features of such words are outlined in the issue, semantic and pragmatic features, the factors of their popularity are also determined. The results of the poll research and survey are analyzed and indicated.

We list factors of the word attractiveness which put them into a group of verbal values. The first factor is the foreign language origin of the word, in particular – English. The predominance of external borrowings in the core of top-rated words is considered as an axiological marker: if necessary, euphemisation and / or semantic increase to the value of the Ukrainian synonym, our language easily assimilates Anglicisms. The English origin of the word is marked in the linguistic picture of the world of the modern carrier of the Ukrainian language as a value orienting point. The second reason for the formation of the axiological status of the word form is the ambiguity and obscurity of its meaning, which becomes a manipulative tool of communication. The attractiveness of the rating word is also determined by its novelty.

However, rating words represent the values of the native speaker, they reflect his value orientations and they are the verbal values.

Key words: nominal appearance of 2018, top-rated lexemes, lingua-axiological potential, value priorities