

УДК 47 (07)

Т.О. Савчин, канд. філол. наук, доц.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ВЖИВАННЯ СЛЕНГУ У МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ

T.O. Savchyn, Ph.D., Assoc. Prof.

USE OF SLANG IN MEDIA AREA

Соціальний розвиток, технічний прогрес, змінення культурного та морального світосприйняття вплинули на мову, зокрема зумовили виникнення великої кількості молодіжних новоутворень — сленгізмів.

Філологів, дослідників української мови завжди привертало увагу щось незвичне та нове, таке, що складно пояснити. Молодіжний сленг як предмет дослідження та аналізу в україністиці, ще не набув великого поширення, проте привернув увагу окремих дослідників дослідників (С. Пиркало, Л. Ставицька, Т. Кондратюк тощо), що провели значний обсяг робіт над цією темою. Сьогодні відчувається нестача словників сленгової лексики, праць, у яких розкривалася б природа сленгу.

Незважаючи на те, що сленг — явище чужомовне, все ж слід враховувати здатність його до видозміни, трансформацій в україномовній комунікації. Крім того, у мас-медіа (радіо, телебачення, друковані ЗМІ) вживаються слова та вирази, які потребують ґрунтовного вивчення й фіксації. Це й зумовило мету роботи: дослідити використання сленгової лексики у мас-медіа.

Сленг — це стиль мови, що посідає місце, протилежне занадто формальній, офіційній мові. Він займає межові позиції на шкалі можливих засобів мовного спілкування й охоплює різні форми мови, за допомогою яких люди ототожнюють себе з певними соціальними угрупованнями, починаючи з молоді, бізнесменів, хакерів і закінчуючи злочинцями, алкоголіками чи наркоманами [2, с. 83].

Як зазначає Л. Ставицька, в основі жаргонотворення лежить мовна гра, креативне маніпулювання слова, насамперед його звуковою формою. Дослідниця виділяє такі основні джерела формування сленгової лексики:

- мова реклами: кров'янка — *спікере*;
- запозичення кримінальних жаргонізмів;
- спеціальні жаргони, які семантично модифікуються:

мови

- гомосексуалістів перейшло слово *натуралка* — гетеросексуальна жінка;
- літературна мова, слова літературної мови набувають іронічного значення: *боротися* (здійснювати статевий акт з кимось);
- термінологічна лексика [4, с.209];
- іншомовні запозичення;
- словотвору за допомогою методів та прийомів (фонетична мімікрія: *еггог* — *Єгор*, ігровий прийом: *лимон* замість мільйон, метод афіксації: *облом* — *обломіст*, метод усічення коренів: *фан*, метод складання коренів: *спиртометр*, прийом телескопії: *алконавт*, прийом універбації: *академка* — академічна відпустка, прийом абрєвіації: *ОБС* — *одна баба сказала*, метод деабрєвіації: *бі- бі-сі* — *баба бабі сказала*, прийом метатези: *гамнітохвон* — магнітофон, метод приставних приголосних: *іукрек* — жаба, метод метафори: *дрова* — сірники, метод метонімії: *волосаті* — хіпі, прийом антономазії: *вася* — людина, яку не поважає її оточення), прийом синонімічної або антонімічної деривації: *бухай в дим* — п'яний в дим) [6, с. 220].

Сленгову лексику можна класифікувати за багатьма ознаками. Переважно увесь лексичний пласт сленгу поділяють на *загальний* (те саме, що загальний жаргон, жаргонізована розмовна мова) і *спеціальний* (те саме, що професійний жаргон) [4, с. 42].

Сленгові новоутворення бувають *стилістично нейтральні* та *стилістично знижені*. *Стилістично нейтральні* сленгові новоутворення не засмічують мови, а *стилістично знижені* вважаються явищем негативним [6, с. 43].

Л. Ставицька найбільш ґрунтовно поділяє сленгову лексику за тематичними групами {«Естетичні цінності», «Вітальні цінності буття», «Людина як носій фізичних рис», «Соціальні характеристики людини за родом, професією» тощо). Наприклад, у багатьох шоу на телебаченні вживаються такі групи: «Сленгізми-паразити», «Соціальні характеристики людини за діями», «Жаргон хуліганів» {*чо, нічо*} та «Характеристика людини» {*хамло*}. Сленгізми найчастіше утворені способом афіксації, тобто додаванням префіксів, суфіксів та постфіксів (*вмазатись, вгашений, залитий, примажорені*) та способом усічення коренів, тобто скороченням слів (*чо, нічо, телік*).

З опитувань, які проводили окремі мовознавці та дослідники, помітно те, що сленгова лексика є часто вживаною, адже зі 100 респондентів її вживають 95. Найчастіше респонденти у розмовній лексичній групі вживають такі тематичні групи сленгізмів:

«Сленгізми-паразити» (*фігня, тіпа, кароче, капец*),
«Соціальні характеристики людини за діями» (*пахати, гонити, зависати, доносити, лажати, чмирити, стібатись, тичити* тощо), «Волевиявлення та емоції» (*либитись, чекатись, лизатись, охреніти, ржати* тощо), «Шкільний та студентський жаргон» (*ботан, заучка, лаба, курсач, стипуха, комп, нет*).

Отже, процес розвитку українського сленгу в численних його галузях, зокрема у засобах масової інформації, засвідчує активне функціонування української мови в багатьох сферах діяльності. Існування сленгових утворень доводить, що мова залишається динамічною системою, яка постійно живе і розвивається. Дослідження сленгу — це науково корисне та цікаве заняття для мовознавців, студентів, учнів тощо.

Література

1. Гасюк О. О. Сленг у молодіжному середовищі / О. О. Гасюк // Слово і суспільство. Збірник наукових праць. — К. : Наук, думка. — 2000. — С. 145-146.
2. Давидова В. В. Субстандартна лексика як засіб соціальної характеристики особистості [Текст] / В. В. Давидова // Пам'ять століть. — — №6. — С.83-86.
3. Кондратюк Т. М. Сучасний український сленг і його місце в мовному і метамовному дискурсі / Т. М. Кондратюк // Словник українського сленгу. — Харків : Фоліо, 2006. — С. 4-32.
4. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг : соціальна диференціація української мови [Текст] / Л. О. Ставицька. — К.: Критика, 2005. — 464 с. Ставицька Л. О. Проблеми вивчення жаргонної лексики: Соціолінгвістичний аспект / Л. О. Ставицька // Українська мова. — 2001. — № 1. — С. 55-68. Ставицька Л. О. Про взаємодію жаргону і сленгу [Текст] / Л. О. Ставицька // Українська мова та література. — 2000. — №4. — С. 43-46.