

своєрідний мовленнєвий акт, де підметом являється ключове слово, а предикатом – асоціація на нього, то ці акти цілком відповідають встановленим в теорії комунікації функціям: інформуванню, оцінці й вираженню експресії. Дослідження може знадобитися в майбутньому для пошуку шляхів збагачення когнітивного досвіду учнів на предмет реклами при впровадженні елементів медіаосвіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. /Ролан Барт / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. — М.: Прогресс, 1989. — 616 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з. Дод., допов. на CD) / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. — К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2009. — 1736 с.: іл. Режим: <http://www.lingvo.ua/uk/Interpret/uk->
3. Музыкант В. А. Теория и практика современной рекламы /В. А. Музыкант. — М.: Евразийский регион, 1998. — 400 с.
4. Потебня О. О. Эстетика и поэтика / О. О. Потебня. — М.: Искусство, 1976. — 614 с.
5. Сенека Луций Анней. Нравственные письма Луцилию Луций Анней Сенека. — Науч.-изд. центр «Ладомир-Наука». — М., 1993. — 384 с.
6. Словник журналіста : Терміни, мас-медіа, постаті / [за заг. ред. Ю. М. Бідзілі]. — Ужгород : ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. — 224 с.
7. Сороченко В. Е. Детская реклама [Электронный ресурс] / В. Сороченко. — Режим доступа: <http://psyfactor.org/recl15.htm>
8. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / Уильям Уэллс. — СПб.: Питер, 2001. — 736 с.

С. М. Бернацька, Н. І. Чубейко

Національний університет державної податкової служби України
(м. Ірпінь)

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ: В АСПЕКТІ РЕАЛІЙ ЖИТТЯ

Професійна орієнтація (від фр. orientation — установка) – комплекс психолого-педагог. Постановка проблеми. Сьогодні культура і мовлення виявилися об'єднаними в царині духовних цінностей кожної людини. При низькій культурі мови виявляються різні ознаки бездуховності. Молодіжне мовлення останнього десятиліття відрізняється особливою різкістю, а іноді і брутальністю. Тому вживання сленгу, вульгаризмів, колоквиалізмів, жаргону, кенту, діалектизмів стає нормою. Лінгвісти, психологи, культурологи говорять про “емансипацію мата”. З ненормативної лексики майже остаточно знято табу.

Актуальність.. Нині культура і мова опинилися в скрутному становищі. Характерною особливістю сучасної неофіційної комунікації є використання у ній експресивних виражальних засобів, зокрема таких як сленг. Молоді люди (віком 12-30 років) стали носіями сленгу (“мови вулиці”). Сленг охоплює практично всі галузі життя, і подекуди стирається межа між літературною мовою (нормативною) і ненормативною мовою (жаргонною). Така ситуація призводить до зниження рівня мовної культури. Вважаємо за доцільне привернути увагу громадської думки до проблеми поширення та вживання ненормативної лексики серед молоді та вказати можливі шляхи подолання цієї проблеми.

Мета статті. Подати оцінку фахівців-лінгвістів щодо цього мовного явища в різні історичні епохи. Вказати можливі шляхи подолання негативного впливу жаргонної лексики на загальний культурний рівень нації.

Суспільство створює різноманітні цінності, які людина визнає, поважає, оберігає. Сюди належать цінності як матеріальні, так і духовні. Серед останніх – і рідна мова, яка є плодом багатоговікового розвитку, предметом турботи, наслідком праці багатьох людей. Мова несе від покоління до покоління всі надбання народу, зберігаючи його традиції, етичні й естетичні ідеали, його творчі звершення.

Закони розвитку мови існують незалежно від волі людей, бо вони є відображенням об'єктивних процесів. Однак, вивчаючи ці закони, суспільство може їх доцільно використати, тобто, виходячи з тенденції розвитку мови, нормалізувати ті або інші мовні явища відповідно до потреб суспільства.

Людина реалізується в культурі думки, праці, мови. У процесі комунікації люди обмінюються думками, почуттями, емоціями, а також взаємодіють і впливають один на одного. Т. Г. Винокур стверджує, що “функціональні варіанти мовленнєвої поведінки розглядаються як ролі мовця і слухача – учасників мовленнєвого спілкування”

[3, с. 11]. Отже, особистість відіграє вагомую роль, оскільки мовець є невід'ємним складником процесу комунікації. За І. Н. Борисовою, мовленнєва поведінка – це та, що “емпірично спостерігається, мотивована, свідомо, адресована комунікативна активність індивіда у ситуації мовленнєвої взаємодії, яка пов'язана з вибором та використанням мовних і мовленнєвих засобів відповідно до комунікативної мети” [1, с. 143].

Нині культура і мова виявилися об'єднаними в царині духовних цінностей кожної людини. Мабуть, ніхто не буде заперечувати, що при низькій культурі мови виявляються виразні ознаки бездуховності. Мовна неграмотність, невміння написати елементарний текст, перекласти його з української на російську чомусь перестали сприймати як пляма на службовому мундирі.

Вивчаючи публічну комунікацію, ми не можемо не зазначити, що зміни досить часто не збігаються з традиційними уявленнями про норму мовної поведінки. Щоразу в засобах масової інформації можна почути терміни, що не відповідають мовним нормам. Так, з'являється “кримінальна”, “вульгарна” лексика, яка поширюється у молодіжному середовищі.

Частина інтелігенції, якнайменш забезпечений прошарок, йде до сфери “дикого” бізнесу. Відбувається втягування інтелігенції до кримінального жаргону для того, щоб, з одного боку, не здаватися “білою вороною”, з другого – бути комунікативно “підковоною”.

Таким чином, з'являються сленги, тобто особлива “мова вулиці” або лексика широкого вживання для неформального спілкування. Носіями сленгу є, найчастіше, особи віком від 12 до 30 років. Сленг – це постійна словотворчість, в основі якої лежить принцип мовної гри. Нерідко саме комічний, гральний ефект є головним у сленговому тексті.

Етимологія слова “сленг” невідома. Уперше термін було зафіксовано у 1750 році зі значенням “мова вулиці”, а далі у сучасних словниках фіксувалися два основних тлумачення: по-перше, субкультура суспільства; по-друге, лексика широкого вживання для неформального спілкування.

Письмові тексти, хоча вони відображають лише малу частку різних говорів і в них чути тільки окремі звуки живого вуличного різноголосся, доводять існування різноманітних аргів в різні культурно-історичні епохи. При цьому саме ті тексти, в яких використаний потенціал з так званих знижених стилів, є найбільш багатими, експресивними, хвилюючими навіть для сучасного читача. З пам'яток літератури Київської Русі доречно згадати “Моління Данила Заточника”, про тональність якого не вщухають суперечки і донині; “Сповідь” протопопа Авакума, шалена лайка якої звучить зовсім не книжно, проте жваво і природно. Але все-таки з цими джерелами неможливо уявити повною мірою усне мовлення Київської Русі, тому нам залишається лише шкодувати, що цілеспрямоване вивчення й опис вітчизняних розмовних стилів почалося лише у ХІХ столітті.

Уперше жаргонна лексика широкого вжитку була представлена в лексиконі Миського і, звичайно, у словнику Даля. Більшість інших досліджень ненормативної (не плутати “нецензурною”) мови велось, в основному, у формі лексикографічних описів мови окремих соціальних і професійних груп: злодіїв, жебраків, бродячих торговців і ремісників. На рубежі століть значний інтерес був спрямований як на професійні і групові жаргони, так і на мову кримінального світу.

Бурхливий сплеск у вивченні різних шарів мови відбувся після революції 1917 року. У 1918 році був створений Інститут живого слова, що займався проблемами соціальної діалектології. У 20-30-ті роки з'являються праці Є. Д. Поливанова, Л. П. Якубинського, Б. А. Ларіна та інших дослідників, які вивчали проблеми жаргонів, аргів, умовних дитячих мов. При цьому “мова революції” сприймається як “революція мови”. Мова бідняків, люмпен-пролетаріату часом зводилася в ранг “мови майбутнього”. Або ж, навпаки, викликала відторгнення, розглядалася як небезпечна безкультурність, що загрожувала чистоті й цілісності мови.

Вплив “блатної” музики на розмовну і літературну мову в нашій країні, що пережила безліч катаклізмів, пройшла через табори і в'язниці.

У часи “перебудови” відбувся справжній “бум” у вивченні знижених стилів мови. Це було зумовлено вибухом громадянських і мовних спроб. Стрімкі соціальні процеси спричинили значні зміни у стилістиці усної і письмової мови. А науковці одержали ба-

гате дже-рело матеріалу для досліджень і можливість вивчати й обговорювати у процесі будь-яку галузь мови.

У 80-90-ті роки ХХ століття намітилися нові тенденції в дослідженні неформальної молодіжної мови. Її стали вивчати в контексті мови міста. Питання культури мови в дослідженнях цього періоду практично не обговорюються; термін “жаргон” цілком втрачає зневажливий значеннєвий відтінок.

Найважливішим чинником творення різноманітних форм аргю в українському мовному середовищі залишається поширення російського впливу на українську лексику, особливо ненормативну. Фактично в цій сфері є розвиненою лише українська лайка, яка носила більш фольклорно-етнографічний характер. Важливо зазначити, що вітчизняні національні форми сленгу “фені” та інші форми аргю пригасають. Натомість наявним є калькування російських лексичних одиниць на рівні їх “українізації”: “гоніво”, “отстой – відстій”.

Причин вищенаведеного явища кілька: по-перше – це існування кримінальних структур інтер-національного характеру, переважно російськомовних, і зростання контактів сучасної молоді з такими соціальними шарами; по-друге – це брак історичних можливостей розвитку національного урбаністичного соціуму, одним із головних культурних аспектів якого і є аргю (сленг “феня”).

Молодіжний сленг, що використовується у публікаціях поділяється на дві основні групи. До першої відносяться “ті, що розмовляють сленгом”. Найяскравішим представником цього типу є російська щотижнева газета “Молоток”. Видання першого типу має на меті – спілкуватися з аудиторією її мовою (зрозуміло, як вони її собі уявляють). При цьому журналісти намагаються перенести на папір особливості розмовного синтаксису: “рвані” фрази, велика кількість вставних слів (“прикинь”), оціночних конструкцій (“отстой”, “улет”), вигуків: (“йой-йой”, “уау” (уау), “бла-бла-бла”). У цих виданнях відсоток сленгумів у текстах досить високий. У деяких матеріалах він досягає 40-50%. На сленгізм, що походить від нарко-матських жаргонізмів, приходить менш ніж 1% друкованого тексту. У редакції газети “Молоток” є навіть спеціальний сленговик для службового користування, з допомогою якого редактор “оживляє і бадьорить” нудні тексти.

Другий тип – це “сленгізм – експресивний засіб”. До видань такого типу належить велика частина молодіжних ЗМІ. Назва групи відбиває її сутність. Загальна стилістика журналістських текстів – нейтральна; частка сленгізмів не-висока: вона складає не більше як 1% з видання в цілому і досягає 3% в окремих матеріалах. У цих виданнях використовуються переважно ті сленгізми, що не мають відтінку несподіванки та новизни.

У виданнях другого типу немає власної словотворчості. Їхня мова не є оригінальною візитною карткою. За стилем статей важко визначити, де могли бути надруковані у: “Тусовці”, “Бумеранзі”, “Молодому”. Різниця відчувається в музичних уподобаннях, а не в мові. Інтернет може надати величезну допомогу науковцям, які вивчають живу розмовну мову у збиранні та аналізі лексичного матеріалу, а також швидко довести результати їхніх досліджень до читацької публіки.

У результаті проведеного дослідження ми з’ясували, що ненормована лексика широко і привселюдно вживається представниками всіх верств населення, особливо серед молоді. Викорінення її із вжитку доволі проблематичне.

Отже, вважаємо за доцільне привернути увагу громадської думки до проблеми поширення вживання ненормованої лексики серед молоді. У системі навчальних закладів мають діяти дискусійні клуби з культури мовлення, які вивчатимуть основні причини вживання лихослів’я; дадуть знання молодим людям із риторики, що є “вінцем освіченості”, наукою моральності, виховання, спілкування.

Розвиток українського молодіжного сленгу в численних його галузях промовисто засвідчує активне функціонування української мови в багатьох сферах життя. Молодіжний сленг є результатом мовотворчості підлітків, запозичення з інших сленгів (зі збереженням і втратою значень), який використовує прийом надання словам літературної мови нових значень. Перспективи дослідження молодіжного сленгу пов’язуємо з пошуком шляхів формування свідомого ставлення молодих людей до рідної мови в цілому, а також стимулів щодо дотримання мовної самодисципліни.