

УДК 070.41

## ЗАГАЛЬНИЙ СЛЕНГ У СУЧАСНОМУ ГАЗЕТНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

*Глушкова Т.В.*

У 80-90-ті роки минулого століття набули *актуальності* соціолінгвістичні студії, що займаються вивченням соціальної диференціації мови. У сучасному українському мовознавстві цей напрямок представлений працями В. Русанівського, В. Брицина, Н. Шумарової, Т. Яворської, Л. Ставицької, Н. Дзюбишиної-Мельник, Л. Кудрявцевої, У. Потятиник, Ю. Бічай, Н. Шовгун, С. Мартос та ін.; в російському його репрезентують дослідження І. Гальперіна, В. Костомарова, Л. Скворцова, Б. Серебрянникова, Л. Крисіна, В. Єлістратова, Е. Береговської, Л. Радзиховського, А. Мазурової, Г. Поспелової, Г. Солганика, С. Трескової, І. Лисакової та ін.

Увагу дослідників, окрім інших важливих питань соціолінгвістики, привернула лексика із усно-розмовної сфери, власне сленг, помітне використання якого засвідчує й сучасний газетно-публіцистичний дискурс.

*Постановка проблеми.* Останнім часом тенденція до сленговживання в мові ЗМІ помітно посилилася. Лінгвісти пов'язують це із загальними трансформаційними процесами державного характеру: демократизацією суспільного життя, що відобразилася на мас-медійному мовленні.

Дослідники розглядають це субстандартне явище з різних позицій. Одні ототожнюють його із поняттям „соціальний діалект”, інші розглядають сленг як компонент субстандартного лексичного шару в одному ряду з професіоналізмами, жаргонізмами, діалектизмами; треті вважають, що термін „сленг” може бути вживаним виключно в англіцистиці; четверті бачать за доцільне використовувати цей термін лише для характеристики мови молодіжної субкультури, мотивуючи це тим, що в 70-х роках ХХ сторіччя він почав уживатися на позначення мови хіппі.

„Українська мова: Енциклопедія” за редакцією В. Русанівського трактує сленг як: 1) термін, що донедавна в укр. мовознавстві зрідка вживався в тому самому значенні, що й *жаргон* (перев. щодо англ. мов. країн); 2) інтержаргонне явище; не маючи чітко окреслених меж, він уживається в знач. особливостей мовлення чималих верств носіїв мови, пов'язаних не лише груповою корпорат. спільністю, а й просторовою, наближаючись до *просторіччя*, хоча

С. використовується не лише людьми, недостатньо обізнаними з нормами літ. мови, а й особами, які ними володіють, – для посилення експресивності висловлення... [5, с. 608].

У дискусійному плані подає робоче визначення сленгу в своїй науковій праці „Арго, жаргон, сленг” (2005) Л. Ставицька: „Сленг – це практично відкрита мовна підсистема ненормативних, стилістично знижених лексико-фразеологічних одиниць, які виконують експресивну, оцінну (звичайно негативну) та евфемістичну функції” [4, с. 42].

Суттєвими у контексті розглядуваної нами проблеми є зауваги Л. Ставицької щодо розрізнення змісту понять „арго”, „жаргон” і „сленг”. Дослідниця пропонує розпізнавати їх за кількома ознаками. „Поняття „жаргон”, „арго”... – наголошує дослідниця, – історично вказують на обмеженість групи їх носіїв, а також на вузькість семантичного поля лексичних одиниць. Мовне середовище усного спілкування великої кількості людей, яке відрізняється від мовної норми, отримало найменування „сленг” [4, с. 40].

Слушну думку щодо розрізнення цих термінів висловлює також С. Мартос. Вчена пише: „Жаргону як мовній підсистемі притаманна замкненість, а на рубежі тисячоліть спостерігаємо „розгерметизацію” (термін В. Єлістратова) соціолектів. Якщо відбувається руйнування групової замкненості, то слід говорити про формування сленгу” [3, с. 40].

Оскільки предметом нашого наукового зацікавлення є сленгова лексика, що функціонує на шпальтах масових видань, розрахованих на широку аудиторію, а отже, з максимальним рівнем мовної загальнодоступності, то очевидно: ми маємо справу зі сленгом, зокрема загальним. Тобто таким, що перейшов межу корпоративної чи професійної утаємниченості і є відомим великій кількості людей. Інша річ – сленгізми в мовленні спеціалізованих видань, розрахованих на фахівців у тій чи тій сфері діяльності.

На думку дослідників загального сленгу в русистичі Л. Кудрявцевої та В. Гордієнко, „загальний сленг варто розглядати як особливий лексико-фразеологічний прошарок, що становить основу сучасного просторіччя, первинною сферою вживання одиниць якого були соціолекти (корпоративні чи професійні сленги), відносно стійкий для певного періоду, поширений і загальнозрозумілий шар експресивно-емотивної лексики, що позначає явища побуту, предмети, процеси й ознаки, неоднорідний за ступенем наближення до літературного стандарту, використовуваний людьми незалежно від віку, соціального стану та роду діяльності з метою вираження оцінок і емоцій, пов’язаних із предметом мовлення, а також у якості елемента мовної гри” [2, с. 95-96]. Вагомий критерій віднесеності одиниці з масиву ненормативної лексики до загального жаргону, за переконанням авторів Тлумачного словника російського загального жаргону «Слова, с которыми мы встречались»

О. Єрмакової, О. Земської й Р. Розіної, – „вживання їх у пресі, орієнтованій на широку аудиторію” [1, с. 4]. Частково (дослідниці не абсолютизують цей факт, оскільки вважають, що в масових виданнях існує значна частина сленгових слів, невідомих широкому загалу читачів) такої ж думки дотримуються Л. Кудрявцева і В. Гордієнко. Науковці вважають, що суттєвою ознакою належності слів до загального сленгу є „активізація сленгізма в масмедійній комунікації” [2, с. 106].

Одиниці загального сленгу неоднорідні за генетичним складом, тобто походять з різних жаргонів та арго. Розділяючи думку лінгвістів у царині субстандартної лексики щодо критерію віднесеності сленгізмів до групи загальних, розглянемо **основні джерела надходження одиниць загального сленгу в мову ЗМІ**. Ними є:

- **лексемн з кримінального жаргону та жаргону правоохоронців:** *авторитети, мент, міліціант, ментура, ксива, „археологи”, „металісти”, браслети, пов'язати, замовити, засвітитися, замочити, східняк, вишка, братки, базар, наїзди, пахан, фраєр, замазуха, мочити, мордобій, наводка, узяти, накрити, елемент, зачіпка, битовуха, тусовка, безбаш, махач, феня, ботати, блатняк, прополоти, засікти, знюхатися, цухер, відморозок, бандюки, аморалка, дах і т. ін.*

Важливою є заувага Л. Ставицької щодо спільного сленгового лексикону правопорушників та правоохоронних органів – феномену, що в соціології називається професійним травматизмом, деформацією. Це вказує на високу взаємопроникненість й функціональність вказаного біжаргонного поля [4, с. 231].

- **лексемн з арго й жаргону наркоманів, алкоголіків і повій:** *автопілот, алконавт, розслабитися, затаритися, бухло, самопал, штинь, мертвий, хроник, алкаш, бодун, сушняк, білочка, вгашений, синій; наркота, нарик, „менделєєв”, ширка, колеса, пушер, передозняк, кумар, драп, трам, трава, джеф, кокс, вмазати, колотися, ломка, соломка, децил, кумар, дур, сидати „на голку”; путани, „лялечки”, „нічні метелики”, клюшки, банабачки і т.ін.;*

- **лексемн зі шкільного та студентського жаргонів** (власне молодіжного): *лаба, класуха, академка, автомат, дискогалка, бомба, шпора, шара, в'їхати, екватор, піпци, предки, крейдовий, стьобний, плюцити, відтягнутися, кльовий, відпад, облом, фішка, фізра, літра, матра, плавати, клубняк, клубитися, прикоп, сейши, флет, хайр і т.ін.;*

- **лексемн з різних професійних жаргонів:**

- **музикантів:** *драйв, тусовка, залажати, блатняк, фест, сольник, бас, драмсист, лабухи, лабати, розкрутка, „скреби”, „комунізівці”, фанера, фронтмен, музон, металіст, масовка, прикид, відриватись, саунд, джем, мікс, солянка і т. ін.;*

- **комп'ютерників**: *комп. сідюк, зависнути, ящик, песик, клавиша, мама, аська, інет, вінд, лазер, хом'ячок, мило і т. ін.*;

- **водіїв**: *водило, „шумахер”, грак, копійка, тачка, горбатий, мерс, беемвешка, болід, газон, тижик, тралик, колимага, рогатий, жовтенський, бухастий, засць і т. ін.*;

- **спортсменів**: *розмочити, гірчичник, програти всуху, бублик, стінка, вишка, молодіжка, дублери, фани і т. ін.*;

- **лікарів**: *венера, щастя, трип-дача, шиза, клініка, депресуха, депресняк, галюн, крейзі-хаус і т. ін.*;

- **працівників торгівлі**: *штовхнути, зіпхнути, шанхай, торгаш, човник, барахолка, банабак і т. ін.*;

- **військових**: *дембель, дід, дідівщина, дух, череп, черпак, салага і т. ін.*

Можна виокремити також деякі лексико-семантичні групи найбільш уживаних в ЗМІ сленгізмів:

- лексеми на позначення зовнішності та частин тіла людини: *фейс* – обличчя, *ласти* – ноги, *лопати* – руки, *башка* – голова;

- родинні назви: *файзер* – батько, *предки* – батьки;

- лексеми на позначення одягу, взуття й аксесорів: *шмотки, ганчірки, прикид* – одяг, *джойси* – джинси, *шуги, педалі* – взуття, *кроси* – кросівки, *барсетка* – сумка, *мобілка, труба* – мобільний телефон, *дріт* – телефон, *дебіла* – аудіоплеєр;

- лексеми на позначення осіб за соціальним станом: *верхи* – високопосадовці, *низи* – верстви населення з низьким соціальним статусом, *бомжі* – люди без визначеного місця проживання;

- назви осіб за статевою та віковою ознакою: *лобур* – підліток, *герла* – дівчина;

- номінації осіб за професійною та посадовою належністю: *водило, „шумахер”, драйвер* – водій, *мент, міліціант, коп* – міліціонер, *бізнесюк, бізнесовець* – бізнесмен, *викидайло* – охоронець; *торгаш, банабак* – продавець, *держак* – державний секретар;

- лексеми на позначення грошових одиниць та їх еквівалентів: *бакси, зелень, капуста, зелені* – долари, *лимон* – грошова сума еквівалентом у мільйон одиниць, *шуршики, мані, бабки, бабоси, бабло, патір, прайс* – гроші, *штука, шматок* – грошова сума еквівалентом у тисячу одиниць, *тарасик* – грошова купюра номіналом у 100 гривень;

- слова на позначення моральних дій і станів людини: *прибрати, замести, свистнути* – вкрасти; *взути, лохотронити, кинути, лажати, наколоти, розвести, махляти, обвішати* – обманути; *замовити, замочити, прибрати* – вбити;

- лексеми на позначення транспортних засобів: *тачка, колимага, газон, газелька, тижик, мерс, беемвешка, копійка, пазик, жовтенький, тралик, рогатий*;

- житлові приміщення та заклади – *висотка, шпаківня* – високоповерховий будинок, *хата* – квартира, в якій збираються люди зі спільними інтересами, *кабак* – ресторан;

- відпочинок, розваги – *відтяг, тусовка, зависалово, сейтин, розслаблятися*.

Сленгова лексика має яскраво виражене емоційно-експресивне забарвлення: іронії, фамільярності, жартівливості і т. п. Сленг – незамінний засіб влучної характеристики конкретних осіб, ситуацій тощо. Вживання його допомагає журналістам правдиво відобразити певні картини та реалії сучасного буття. Окрім того, сленгізми, як найбільш рухливий, відкритий для входження нових одиниць лексичний різновид, є важливим засобом постійного оновлення газетного мовлення. Введення авторами-журналістами в тексти ЗМІ сленгових лексем сприяє уникненню шаблонності, „затертості” газетного слова. Наведемо деякі приклади на підтвердження вищезазначеного: 1. *Слава про нездоланну любов місцевих силовиків до „зелені” долинула і до Прибалтики (УМ, 29.10.05)*. 2. *Зокрема, явище так званої „дідівщини” серед підлітків стало нормою перебування за високими мурами та колючим дротом (УМ, 27.02.01)*. 3. *Крім довгоочікуваного Олегового „сольника”, група „ВВ” підготувала для всіх відвідувачів дуже цікаву і нестандартну акцію-аукціон (УМ, 27.02.01)*. 4. *Вони все одно будуть продовжувати красти, вимагати і „сачкувати” (День, 04.01.01)*. 5. *„Менти” знову радують нас своїми веселими і небезпечними пригодками на каналі „1+1” (День, 05.01.01)*. 6. *З’їжджаємось з різних міст України і йдемо на концерт „відриватись” (МУ, 28.05.04)*. 7. *Хакерам-студентам „світить” до п’яти років (ГУ, 29.03.05)*.

*Висновки.* Таким чином, одиниці загального сленгу – невід’ємна складова сучасного газетно-публіцистичного дискурсу. Вживання сленгізма у масових виданнях – вагомий критерій віднесення його до групи загального. Основними джерелами надходження одиниць до загального сленгу, використовуваному в газетно-публіцистичному мовленні, є арго та жаргони, що втратили групову чи професійну замкненість і, потрапивши на шпальти газет, стали відомими людям незалежно від віку, статі, роду діяльності і т. п. Емоційно-експресивний заряд та оцінність, закладені у сленгу, що активно використовувався ЗМІ, посилює вплив на адресата інформації, привертає увагу до матеріалу. Використання цього шару субстандартної лексики пресою інтимізує повідомлення, створює невимушену атмосферу довіри між автором і читачем, налаштовує на розкомплексований лад. Сленг робить газетне мовлення виразнішим, використовується як один із елементів „мовної гри”.

### Список літератури

1. Ермакова О. П., Земская Е. А., Розина Р. П. Слова, с которыми мы встречались: Толковый словарь русского общего жаргона. – М.: Азбуковник, 1999. – 320 с.
2. Кудрявцева Л. А., Гордиенко В. А. Общій сленг в современном русском языке // Слово. Символ. Текст. Сб. науч. трудов, посвященный 80-летию профессора М. А. Карпенко. – К.: КНУ им. Т. Шевченко, 2006. – С. 91-108.
3. Мартос С. А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? // Культура слова. – Вип. 62. – К., 2003. – С. 39-44.
4. Ставицька Л. Аргю, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. – К.: Критика, 2005. – 449 с.
5. Українська мова: Енциклопедія. – К.: Укр. енциклопедія, 2000. – 752 с.

### Список умовних скорочень

1. [УМ] – Україна молода, газета
2. [МУ] – Молодь України, газета
3. [ГУ] – Голос України, газета

*Поступила до редакції 11.08.2006 р.*