

14. Потапенко Т. А. Лексико-семантическая характеристика глаголов с общим значением разрушительного воздействия на объект// НДВШ, Филол. науки. - 1983. - № 2. – С. 50- 56.

15. Сильницкий Г. Г. Семантические классы глаголов и их роль в типологической семасиологии// Структурно-типологическое описание современных германских языков / Отв. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Наука, 1966. – С. 244 - 260.

16. Словарь української мови/ Упорядкував з додатком власного матеріалу Б. Грінченко: В IV томах. – К.: Довіра – УНВЦ Рідна мова, 1997. – Т. I – II: А – Н. – 578 с.

17. Сучасна українська літературна мова: Морфологія/ За заг. ред. І. К. Білодіда. – К.: Наук. думка, 1969. – 584 с.

18. Уфимцева А. А. О типологическом изучении лексики// Структурно-типологическое описание современных германских языков/ Отв. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Наука, 1966. - С. 218 – 234.

19. Чудинов А. П. Регулярная многозначность в глагольной лексике: Уч. пособие к спецкурсу „Рус. яз. и лит.” – Свердловск: СГПИ, 1986. – 80 с.

В. Г. Яковченко

СУЧАСНА ЖАРГОННА ЛЕКСИКА НА СТОРІНКАХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ

Сучасне мовне життя українців характеризується активним впливом на літературну мову нелітературних соціальних варіантів загальнонародної мови. Особливо виразно в останні десять років спостерігається масове використання жаргонної лексики в суспільстві. Актуалізації жаргонів (молодіжного, музичного кримінального, комерційного, комп'ютерного та ін.) пов'язана з тим, що елементи нелітературної мови відображають сутність реальних соціально-економічних відносин. Зміна соціально-політичних домінант, ціннісних орієнтирів суспільства – ось головні фактори активізації жаргонної лексики.

З іншого боку потреба в жаргоні зумовлена деякими соціальними явищами в житті суспільства. Так з розвитком і подальшим заглибленням спеціалізації науки, техніки та виробництва відбувається подальша еволюція й диференціація професійних жаргонів, наприклад економічного, комп'ютерного, політичного, воєнного, бюрократичного. Разом з тим процеси інтеграції, які характерні для розвитку сучасної мови в цілому, сприяють зближенню, взаємовпливові різних професійних жаргонів і виходу професіоналізмів за межі свого середовища до просторіччя та літературної мови [9, 74]. Як результат в останні десять років спостерігаємо масове використання жаргонної лексики широкими групами населення незалежно від їх соціального статусу, вікових категорій, умов спілкування.

Перші спроби вивчення та фіксації соціальних діалектів датовано ХІХ століттям. «Статистическій листокъ» 1883 року розміщує статтю етнографа В.Іванова “Невлі”. На початку ХХ століття з’являються дослідження А.Петрова “З фольклору правопорушників” та К.Широцького “Словарець бурсацького жаргону.” В ХХ столітті проблемами української жаргонології займались О.Горбач, Й.Дзензелівський, В.Винник. Лише на початку 90-х років ХХ століття з’являються нові тенденції у вивченні соціальних діалектів. Серед розвідок останнього десятиліття побачили світ нові дослідження молодіжного сленгу (С.Пиркало, А.Друм, Ю.Качкан, С.Мартос, В.Сорока), мовлення певних соціальних груп (Н.Шовгун), зосереджується увага на функціонуванні жаргонної лексики в художній літературі (Л.Ставицька, С.Єрмоленко), науці (П.Селігей) засобах масової інформації (О.Стишов, Б.Коваленко), усно-розмовному стилі (В.Товстенко, Н.Дзюбишина-Мельник). Але стан вивчення жаргонної лексики не набув належного розвитку у вітчизняній лінгвістиці. Дослідження цього явища досить складне й суперечливе, тому на сьогодні маємо лише одну монографію Л.Ставицької, яка висвітлює соціокомунікативні, соціофункціональні, національно-мовні аспекти сучасного жаргоновживання.

Жаргонна лексика проникає в уснорозмовну мову, засоби масової інформації, художню літературу, що зумовлює нагальну потребу збору, систематизації, різнобічного вивчення структурних та функціонально-стилістичних особливостей жаргонних номінацій. Останнім часом поглибився інтерес до вивчення мовних, структурно-стильових особливостей публіцистики. Дослідженню специфіки мови та стилю засобів масової інформації присвячені наукові праці Сербенської О.А., Стишова О.А., Солганика Г.Я., Баранника Д.Х., Єрмоленко Т.С. та низка статей. Однак особливості функціонування жаргонної лексики у мові української преси ще не були предметом наукового вивчення, не викладено повного і вичерпного бачення цього явища.

Спробуємо подати загальну картину жаргоновживання в сучасних мас-медіа. Вони досить помітно й на короткому часовому відрізку засвідчуються зміни, що відбуваються в суспільстві. «Друковані ЗМІ, миттєво реагуючи на зміни в екстралінгвальній, мовній реальності та мовній свідомості українського соціуму, відбивали і продовжують відбивати соціально-стильове та функціональне розмаїття сучасного жаргоновживання різних соціолектів, що його структурують: кримінальне арго, тюремна лексика, жаргон наркоманів, мафіозі, корпоративні, професійні жаргони, жаргонізована розмовна мова, політичний, міський сленг та ін. Указані мовні страти є органічними в газетно-публіцистичному дискурсі ...» [11, 272] .

Сьогодні в будь-якому газетному жанрі ми можемо натрапити на таку лексику: *бакси* “долар США” [12, 44], *порнуха* “література, кінофільми і т. ін.

порнографічного змісту” [12, 270], *прикол* “жарт, розіграш, анекдот” [12, 275], *тусовка* “зустріч; компанія, група людей об’єднаних за спільними інтересами; збірний концерт” [12, 329], *випендрюватися* “поводитися таким чином, аби привернути до себе увагу” [12, 82], *дах* “голова, мізки, здоровий глузд; прикриття від рекету, мафії; зв’язки у владних, бізнесових та правоохоронних структурах” [12, 117], *зелені* “долар США” [12, 157], *понтовий* “про річ, одяг як предмет самовихваляння, пихи” [12, 268], *діставати* “нав’язливо чіплятися до когось, набридати комусь, утомлювати когось” [12, 123], *лох* “жертва злочину; тюхтій, роззява; некмітлива людина; некультурна, обмежена, позбавлена смаку людина” [12, 205], *фанера* “фонограма, “спів під фонограму” [12, 335], *шара* “те, що дістається задарма; шанс, можливість” [12, 371], *розкрутка* “популяризація музичного гурту, виконавця, диска, твору мистецтва, партії, закладу та ін.” [12, 289], *відключка* “важкий фізичний стан, часто непритомність” [12, 86], *генделик* “невелике кафе, крамниця” [12, 103], *кайф* “задоволення, насолода; стан наркотичної ейфорії; наркотичні речовини” [12, 163], *кайфувати* “відчувати стан наркотичної ейфорії” [12, 164] та ін. Напр.: *З того часу, як одноосібним господарем квартири залишився 30-річний Андрій, вона перетворилась на генделик* (ВК, 21.01.2004, с. 12); *Причому кайфують вони до повної відключки* (ВВ, 2005, № 2, с. 8); *Втративши “дах” колишньої влади “грошові мішки” кинулися на пошук нового захисту* (ВВ, 2005, №3, с. 4).

В цілому проникнення в мову засобів масової інформації сучасної жаргонної лексики – явище закономірне, яке виконує певні стилістичні функції, тобто прагматично обумовлене. «Жаргонізми, просторіччя можуть виконувати різну функцію: увиразнювати сказане, підтримувати увагу читача(слухача), створювати тон невимушеності. І важливо, що такі слова сприймаються не як чужородне тіло, а як органічний елемент виробленого у 90-х роках типу мовлення, для якого характерне взаємопроникнення літературного, просторічного, жаргонного» [8, 143]. Деякі слова, які потрапили через мову ЗМІ до загального вжитку, частково нейтралізували свою негативну конотацію і сприймаються як просторіччя (наприклад: *прикол, музон, тусовка, дах, бакси*). Постійна присутність жаргонізмів в письмових текстах, на думку В.Г.Костомарова, веде їх до “заморожування”, стабілізує та знижує їх жаргонність.

При аналізі текстів періодичних видань помітне прагнення журналістів максимально точно зберегти жаргонні слова в прямій мові тих осіб, про яких пишуть або беруть інтерв’ю. Напр.: *Взагалі ми часто підколювали одне одного; Так, я часто писав шпори на руках...* – інтерв’ю з лідером групи “Скрябін (5балів, 2004, № 2, с. 8); *Ні, це одне із специфічних послань опонентів Януковича, побудованих винятково на дезі* – Степан Гавриш (УГ, 2005, № 2, с.4); *Раптом підходять двоє “крутих”. Упізнали й почали чіплятися на справжнісінькому рідному суржикі*– Анжеліка Рудницька (ВВ, 2005, № 13,

с. 16; *Поляна буде. Адже я пообіцяв* – Олег Блохін (УГ, 2005, № 34, с.18); *Я тупо не ходив на пари, гуляв, десь сиділи в когось дома* – Сашко Положинський (5балів, 2004, № 4, с. 7). Вживання подібних слів можна пояснити усним характером мовлення, бажанням триматися вільно, а іноді і прагненням виглядати сучасно, не дуже добрим володінням літературною мовою, її стилістичними нормами. Психологічною основою появи жаргонізмів є прагнення носіїв мови бути дотепним, результат властивого людям бажання порозважатися. Часто вони використовуються як засіб гумористичного чи сатиричного висвітлення життєвих явищ [7].

Інтерв'юери часто й самі не уникають жаргонних слів: *Яно, чи важко “розкрутити” гостя?* (ВВ, 2005, № 19, с. 5); *Що напружало під час навчання?* (5балів, 2004, № 3, с. 8); *Поляна коли буде?* (УГ, 2005, № 34, с. 18). Своїми запитаннями вони підштовхують співрозмовників до використання зниженої лексики, готові почути її у відповідь. Іноді здається, що журналісти ставлять перед собою за мету пропагувати розмовний стиль, просторіччя, сленгові слова [2]. Такої думки дотримується також В.С.Єлестратов, який зазначає, що саме письменники та журналісти штучно роздувають питання про існування сленгу та жаргону, вживаючи жаргонізми там, де без них можна обійтись [3].

В теорії засобів масової інформації однією із властивостей передачі інформації виділяють публічність. “Ознака публічності полягає в тому, що зміст, який передається в ході масової комунікації доступний всім членам суспільства без обмежень” [10, 15]. Аналіз текстів періодичних видань не дозволяє нам повністю підтвердити цю думку. Публікації містять жаргонізми, які не завжди зрозумілі читачеві, але автори не намагаються дати пояснення, вважаючи, що ці слова вже ввійшли до широкого вжитку, хоча їх тлумачення полегшило б сприйняття матеріалу.

Останнім часом жаргонну лексику автори статей використовують не тільки в текстах, а виносять її в заголовки, які є його органічною частиною й виражають зміст. Напр.: *На російських наркоманів чекає облом* (ВВ, 2002, № 17, с. 4); *Децл уже не лох* (ВК, 28.04.2004, с.5); *Прокуратура зацікавилась генеральською малиною* (ВВ, 2005, № 24, с. 6); *Ломка не тільки в наркоманів* (ВК, 06.02.2004, с. 7); *Зіркові глюки* (Пік № 7, 2004, с.33).

Основне прагматичне призначення заголовка полягає в тому, що він використовується як засіб привернення уваги читачів до інформації, яка викладена в статті. Його прагматичність викликана тристоронньою орієнтацією. Орієнтація заголовка на наступний текст (його проспективний характер), його автоцентричність (реалізація авторських інтенцій та авторського бачення світу) й антропоцентричність (орієнтація на адресата, тобто задоволення його інформаційних, естетичних і духовних потреб) перетворюють заголовок на сильний засіб прагматичного впливу [1, 38]. Він повинен бути не тільки влучним, стислим, яскравим, доцільним, а й глибокозмістовним і таким, що відповідатиме характерові матеріалу. Адже заголовок стає зрозумілим лише в

результаті сприйняття тексту як структурно-семантичної єдності, що характеризується цілісністю і зв'язністю. Використання жаргонної лексики в заголовку часто виконує рекламну функцію і не відповідає змісту статті.

У мові сучасної преси окреслилась ще одна особливість: зростає використання кримінальної лексики. Майже в кожній газеті є кримінальні рубрики, які інформують читачів про злочинний світ, про боротьбу з ним правоохоронних органів. Активно в них використовують тюремну лексику, міліцейський жаргон. Напр.: *Але чи будуть суди? Проте, які суди в “зоні”?* *Все вирішує “пахан”* (ВВ, 2004, № 045, с. 140); *Раптом фари освітили “патрульку” і державтоінспекторів, які стояли біля неї* (ВД МВСУ, 2004, № 9, с. 15); *Хотів форсанути перед земляками, але йому, ніби навмисне, не фортило* (ВК, 21.01.2004, с. 12); *Про цю людину відомо, що він займався тим, що згодом назвуть службою внутрішньої безпеки. Тобто, будучи ментом займався розробкою тих же ментів* (ВВ, 2004, № 30, с. 6); *Фактично Україна за всі ці роки не просто прогнала “порожняком” висловлюючись лексикою одного з кандидатів в президенти, а деградувала* (ВВ, 2005, № 04, с. 5); *Ось про що писати треба, а не мочити хлопця – мовляв, все, кранти, більше не встане* (Пік № 15, 2004). Дослідник В.Г.Костомаров вважає, що журналісти, які дослівно передають пояснення кримінальних елементів, фактично свідомо вводять і пропагують кримінальний жаргон [10, 83].

Велика кількість слів кримінального жаргону засвідчує духовне нездоров'я суспільства й відображають сумні реалії сьогодення. На ці факти звертають увагу не тільки філологи, психологію, а й політики. Євген Марчук в інтернет – версії газети «День» (за листопад 2003 року) зазначає, що колись блатного жаргону дворову молодь навчав який-небудь колишній зек у перервах між відсидками, а тепер дедалі частіше “по фені ботають” телебачення й газети. Спробуйте провести експеримент – візьміть свіжі газети й полічіть, скільки слів кримінального жаргону ви там знайдете. Часом такою лексикою послуговуються й декотрі політики й навіть державні діячі. Убивць називають кілерами (дещо інший емоційний відтінок, чи не так?) – і виводять на сторінки книжок і в мас-медіа такими собі романтичними героями. Заняття рекетом і проституцією стає престижним фахом серед молоді, а належність до банди стає символом добробуту. Власне, відбувається геть немислима річ: зlodії, бандити й інші шахраї, котрих завжди зневажав народ, за допомогою представників творчої інтелігенції та властей намагаються стати респектабельними й імпозантними персонами в суспільстві. І що найсумніше, часто стають.

Проблема наркоманії та боротьби з нею у сучасному суспільстві постає дуже гостро. Тому в статтях, які висвітлюють цей недуг суспільства активно використовується наркоманський жаргон. Напр.: *...Бавляться дітки “травкою” виправдовуючи себе тим, що не поринають у наркоманське*

марення, а перебувають у своїй реальності. Ну і що тут такого? Ну накурився, пореготав...(ВК, 20.04.2004, с.12). Деякі автори навіть тлумачать значення того чи іншого слова, щоб воно було зрозуміле для широкого загалу. Напр.: Третя – “**олійники**”, тобто наркомани, що вживають “**ширку**”. 70-80% колишніх “бригадних”, 90% з числа кишенькових злодіїв “**сидять на голиці**”. “**Ширка**” зробила їх ніким, зрівняла з людським гноєм...(СМ,2004, № 11, с. 14); І четверта група, – так звані “**біляшники**” або “**винтовики**”. Наркотик виготовляється за спеціальною технологією на основі пігулок. Вже готового наркотичного продукту вистачає на 5-6 чоловік. Як правило “**біляшники**” раніше належали до “**олійної**” групи, однак з часом навіть “**ширка**” стала не по кишені (СМ, 2004, № 11, с. 14).

Широке використання жаргонів в текстах газет і журналів – явище неоднозначне і суперечливе, тому його слід розглянути в з’ясуванні причин. По-перше, жаргонна лексика, яка раніше була заборонена стала важливим засобом стилізації живої мовленнєвої стихії соціуму, засобом особливо дружнього тону бесіди з читачем-одномумцем. Журналісти часто намагаються швидше завоювати авторитет публіки, використовуючи її жаргон, орієнтуючись на читача малокультурного, неосвіченого. «Таке надмірне захоплення сприяє зруженню балансу рідної мови, негативно впливає на характер молодих людей чи на слухачів (телеглядачів) узагалі, виховуючи в них риси розбещеності, нехлюйства, грубості та вульгарності» [5, 208]. По-друге, вживання в текстах ЗМІ стилістично-зниженої лексики поруч із ресурсами книжного стилю дає можливість більш точно і повно висловити свої думки й почуття, підсилити емоційну виразність мовлення, дозволяють зекономити мовні засоби при створенні яскравого вислову, який неодмінно запам’ятається аудиторії. По-третє, використання стилістично-зниженої лексики в мові газет є засобом привернення уваги читача. Потрапляючи в текст газети, зокрема в оточення суспільно-політичної лексики, жаргонна лексика виділяється на загальному фоні. Уживаючи нестандартну лексику, автор газетної статті розраховує на те, що вона приверне до себе увагу читача незалежно від того, цікавить його дане повідомлення чи ні [4, 11].

На нашу думку, саме боротьба за читача і примушує авторів газетно-журнальних публікацій використовувати жаргонну лексику. Дослідження текстів показали, що жаргонізми частіше використовують журналісти всеукраїнських та столичних періодичних видань, а в районних та місцевих газетах їх кількість набагато менша. Наприклад, один номер газети «Вечірні вісті», містить в середньому 8-10 жаргонізмів (у № 24 за 2005 рік їх налічуємо 10), номер щотижневика «Політика і культура» (№18, 2004) – 26, слів а невелика стаття в молодіжному журналі налічує 6 жаргонізмів (5 балів, 2004, №3, с.7-8). Жаргонізми всіляко нав’язуються читачеві, через це набридають, втрачають свій “енергетичний заряд.” Вони повинні вживатися з метою створення соціально-активних характеристик, а не пропагуватися. Тому перед

журналістами стоїть складне завдання: відобразити реальну мовну картину сьогодення, зробити публікацію незабутньою, цікавою, живою, але уникнути вульгаризації друкованого слова, порушення мовних норм, пропагування жаргонної лексики [11, 277].

Склад жаргонної лексики постійно оновлюється, а засоби масової інформації моментально це відтворюють, тому у подальших дослідженнях було б доцільно дослідити її семантичний та словотвірний потенціал.

Література:

1. Бернацкая А.А. Приемы прагматизации заглавия : Логико-семантические проблемы текста. - Красноярск, 1991
2. Буданова Т.А. Современные тенденции в системе функциональных стилей русского языка // Социолингвистические проблемы в разных регионах мира.-М.,1996.
3. Елистратов В.С. Сленг как пассиолалия // Вестник МГУ.Сер.19.Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2000. – № 4.–С. 43 – 48.
4. Коваленко Б.О. Стилiстично знижена лексика в мовi сучасної української публіцистики. Автореф. дис... канд. філол. наук. – К., 2003.–19 с.
5. Конюхова Л. Основні тенденції в лексиці сучасних засобів масової інформації: позитивні й негативні моменти. // Пам'ять століть. – 2004.– № 3 – 4. – с. 207 – 209.
6. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. – Спб.: 1999.
7. Пономарів О.Стилiстика сучасної української мови.– Тернопіль,2000.
8. Сербенська О.А., Волощак М.Й. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. – К, 2001.
9. Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация.– М.2003.
10. Солганик Г.Я. Тематический анализ газетной лексики и источники её формирования. Автореф. дис... доктора филол. наук. М., 1975.– 53с.
11. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: Соціально диференціація української мови.-К.,2005.
12. Ставицька Л. Український жаргон. Словник.– К.:Критика,2005.– 496с.

Періодичні видання та їх умовні скорочення

- Вечірні вісті, газета (ВВ)
- Вечірній Київ, газета (ВК)
- Вісник Державтоінспекції МВС України (ВД МВСУ)
- 5 балів, журнал (5 балів)
- Політика і культура (ПіК)
- Столична міліція, журнал (СМ)
- Політика і культура (ПіК)
- Українська газета, газета (УГ)
- Українське слово, газета (УС)