

**ПАНЕЛЬ
МОВНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО
МЕДІАПРОСТОРУ**

Тетяна Плеханова,

*кандидат філологічних наук, доцент,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя, Україна*

Стефанія Левченко,

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність ОбІ Журналістика,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ СЛЕНГІЗМІВ У МОВІ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

Процес демократизації суспільного життя позначився і на мовленні журналістів, яке стало більш живим, відкритим, розкутим. Постійний та бурхливий розвиток мови призвів до використання сленгової лексики в різних засобах масової інформації. Саме сленгові одиниці, які використовуються переважно у колі молодих людей, є одними зі складових процесу урізноманітнення та поповнення нашої мови. У свою чергу, існування різноманітних сленгізмів доводить, що мова залишається динамічною системою, яка постійно живе і розвивається.

Сленг є лексичним явищем, що демонструє різноманітність функцій мови серед різних прошарків населення та професійних груп. Проблемі вивчення сленгової лексики присвячена низка робіт українських та закордонних науковців, таких як Г. Чорнобай, В. Боржовський, К. Котелевець, Н. Абабілова, Л. Ставицька, О. Глазова, В. Антоненко-Давидович, Г. Еманн, С. Мартос, О. Данилевська та ін.

На сьогодні існує досить велика різноманітність дефініцій терміна «сленг». Серед багатьох визначень цього поняття, можна виділити такі:

1. Розмовна субстандартна мова, яка складається з нових та вже існуючих слів, які вживаються в особливому значенні [6, с. 5].
2. Мова соціально чи професійно відокремленої групи є протилежністю літературній мові [7, с. 85];
3. Варіант розмовної мови, який не збігається зі стандартами літературної мови [7, с. 85].
4. Жаргонні слова чи вирази, що є характерними для людей певної спеціалізації чи соціальних прошарків, які пронизують літературну мову та отримують певне емоційно-експресивне забарвлення [5, с. 637].

Таким чином, можемо констатувати, що сленг – це соціально детермінована, загальнопоширена категорія, яка поза загальноприйнятими нормами мови реалізується через фонологічні, орфографічні, морфологічні, лексичні та граматичні особливості та різноманітні експресивні мовні засоби.

Науковці відзначають, що сленгізми характеризуються такими ознаками як оригінальність, невимушеність, новизна, образність, стислість і дотепність. Така

нестандартна лексика містить у собі естетичний, емоційний компонент. Головна мета вживання таких слів – не тільки донести інформацію, а й висловити свої емоції, почуття у мовленні, продемонструвати свою особистість. Тому сленг використовують свідомо у розмовному мовленні з різною стилістичною метою: для створення ефекту новизни, незвичайності, для передачі певного настрою мовця, для надання висловлюванню конкретності, жвавості, виразності, стислості, образності, а також щоб уникнути штампів, кліше. Все це досягають завдяки використанню стилістичних тропів: метафори, метонімії, синекдохи, літоти, евфемізмів [1, с. 26].

Важливим аспектом у вивченні сленгу є способи його творення. Як зазначає Л. Ставицька, в основі жаргонотворення лежить мовна гра, креативне маніпулювання слова, насамперед його звуковою формою [3, с. 43]. Серед основних словотворчих способів сленгових одиниць виділяють такі:

1. Афіксація. Суфікси -як : крутяк – добре; -ік: папик – багатий хлопець; -ок: браток – друг. Часто в мові використовують суфікси, які надають словам відтінок зниженої емоційної забарвленості. Наприклад: *«Гадюшник» – у центрі Луцька!* (Волинська газета, 10.12.2019).

2. Метод універбації, слова, що утворені способом стягнення декількаслівного найменування в однослівне: академка – академічна відпустка; зарубіжна література – зарубіжка. Прикладом може стати такий заголовок: *«Кримінальна заліковка»* (Волинська газета, 16.03.2015).

3. Запозичення з іноземних мов або кальки. Наприклад: *Шуба, сто баксів чи пельмешки?* (Gazeta, 13.03.2023). «Бакси» від англійської «bucks» – американські долари. *«На острові Галіндез в Антарктиді триває бебі-бум субантарктичних пінгвінів»* (Gazeta, 03.02.2023). «Бебі-бум» від англійської «Baby-Boom» – різкий стрибок рівня народжуваності.

4. Запозичення із інших субмов: жаргонізмів, професіоналізмів, різноманітних соціолектів. Наведемо такий приклад з газети: *«На Донеччині смертельна ДТП: зіштовхнулися військовий БТР і «легковушка»»* (Gazeta.ua, 02.09.2015).

Поширення сленгової лексики в друкованих текстах зумовлене необмеженістю та непередбачуваністю тематики, імітацією природних та культурних ситуацій, втручанням немовних засобів вираження, що зумовлюють близькість до розмовних текстів.

О. Щепка доводить, що газетна публіцистика і сленг тісно взаємопов'язані, адже саме активне вживання певної лексичної одиниці у пресі, орієнтованій на широку аудиторію, є одним із критеріїв її віднесення до сленга. В той же час цей процес є двостороннім – функціонування сленгу в газетних статтях робить його елементи загальноновживаними [4, с. 198].

Вживання сленгу у виданнях загальної тематики має свою специфіку:

– сленгізми зберігаються переважно у словах респондентів в інтерв'ю або в репортажах;

– сленгова лексика, як правило, береться в лапки, що виділяє її як специфічний елемент тексту;

– значення окремих сленгізмів деталізується журналістами в дужках, що робить їх зрозумілим для всіх читачів.

У результаті аналізу молодіжного українського журналу «Repost» [2] виявлено, що сленгові одиниці використовуються переважно у рубриках молодіжної тематики задля посилення експресії та впливу на читача. «Молодіжна лексика активно вживається у діалогізованих статтях, що найменше редагуються. Завдяки такому «спонтанному» тексту можна побачити вплив усного мовлення на мову друкованих видань» [4, с. 199].

Більшу частину сленгових одиниць відзначаємо в прямій мові: *«Топити за своє не соромно, брате»*; *«Кльові люди мене оточують, усьо суперово»*; *«Чи стикались з*

хейтом своєї творчості?»; «Мені завжди «прилітає» від команди і друзів за такі вибрики».

Молодіжний сленг також присутній в запитаннях журналістів: «Окрім сьогоднішньої тенденції танцювати, серед українських та закордонних селебріті є дуже популярними йога, правильне харчування. Це про вас?»; «Маріанно, челендж Zero Waste, який ви проводили влітку 2019-го, був першим чи до цього запускали щось подібне в соцмережах?».

Виявлено незначну кількість сленгової лексики у заголовках: «Про війну, хейт, український YouTube»; «Хаби-вузли, що об'єднують молодь».

В основній частині тексту видання простежуємо випадки використання цього виду лексики: «Якщо ви не фанат яскравих кольорів і у вас в гардеробі немає нічого жовто-синього, то рекомендую зробити стильне комбо з деталей: окуляри, сумка, шарпетки, шпильки, взуття»; «Обожнюєте різнокольорові одноразові стаканчики, які своєю мімімішністю тішають око всього-на-всього декілька хвилин?»; «Не знімайте stories». Молодіжна лексика активно вживається у журналі «Repost» саме в інтерв'ю.

Отже, можемо констатувати, що метою використання сленгових одиниць у досліджуваному виданні є привернення уваги молодіжної аудиторії (особливо це стосується заголовків), виокремлення матеріалу, надання йому свого роду розкутості, а також, щоб наблизитися до кола своїх читачів. Крім того, сучасні репортери – це переважно молоді люди, які активно використовують сленгові слова, і віддають перевагу легкій для розуміння та сприйняття інформації. Активне використання сленгу в журналістиці визначає можливості для подальшого дослідження цієї групи лексики.

Список використаної літератури

1. Глушук Н. В. Лінгвопрагматика сучасного англomовного сленгу: витоки, класифікаційні та семантичні ознаки. *Вісник Львівського університету. Серія: Іноземні мови*. 2013. Вип.21. С.22-36.
2. Офіційний сайт видання Repost. URL: <https://repost.in.ua/about/>.
3. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг : соціальна диференціація української мови. Київ: Критика, 2005. 464 с.
4. Щепка О. А. Сленгова лексика у сучасній газетній публіцистиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2019. № 41. С.198-201.
5. Яременко В., Сліпушко О. Новий тлумачний словник української мови. Київ : Аконіт, 1998. Т. 4. 944 с.
6. John Ayto, J. A. Simpson. *The Oxford Dictionary of Modern Slang*. Oxford University Press, 2005. 324 p.
7. Spears R. A. *Slang and euphemism*.1981. 448 p.

Наталія Лебеденко,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри радіомовлення і телебачення,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна

ПОРУШЕННЯ МОВНИХ НОРМ У СУЧАСНОМУ ТЕЛЕРАДІОЕФІРІ

Усне мовлення українців формувалося впродовж століть і має свої традиції, зумовлені орфоепічними, фонетичними, граматико-синтаксичними особливостями