

ДО ПИТАННЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ СОЦІОЛЕКТА МОЛОДІ

Анализ социолекта студентов Украины и Англии позволяет констатировать, что у молодежи данной группы есть свой специфический словарь, который отображает их мироощущение. Важной характеристикой студенческой субкультуры является влияние моды, отражающей речевую манеру коммуникантов. Употребление речевых маркеров предоставляет возможность отличить “своего” от “чужого”, противопоставить свою социальную группу всем прочим.

Ключевые слова: социолект молодежи, студенческая субкультура, функционально-семантическое поле.

Аналіз соціолекта студентів України і Англії дозволяє констатувати, що у молоді даної групи є специфічний словник, який відображає їх світовідчування. Важливою ознакою студентської субкультури є вплив моди, яка визначає мовну манеру комунікантов. Вживання мовних маркерів дає можливість відрізнити “свого” від “чужого”, протиставити свою соціальну групу всім іншим.

Ключові слова: соціолект молоді, студентська субкультура, функціонально-семантичне поле.

The examination of Ukrainian and English speaking students gives reasons to state that the youth of this group possesses a specific vocabulary, which reflects their world perception. An important sign of the students' subculture is fashion that dictates the communicants' speech manner. Definite speech markers differentiate “a stranger”, contrast this social group to others.

Key words: youth's socialect, students' subculture, functional and semantic field.

Увага сучасних мовознавців до проблем соціолінгвістики пов'язана з розвитком антропоцентричного напрямку наукових досліджень сьогодишнього дня. Необхідною умовою дослідження соціолектних проявів є урахування тісної взаємодії мовних явищ з особою людини, його світоглядом, національно-культурними особливостями розвитку, родом діяльності і тому подібне. Мова молоді є важливою

областю аналізу, яка вважається особливою підсистемою національної мови з певними особливостями лексико-граматичних побудов і часто називається в науковій літературі “молодіжним соціолектом” [1; 4]. У сучасній лінгвістичній літературі при зверненні до молодіжного варіанту мови можна також зустріти наступні визначення: “молодіжний жаргон”, “молодіжний сленг”, “інтержаргон”. Автор цієї роботи використовує термін “молодіжний соціолект” для опису мови молоді.

Необхідно сказати, що найбільш динамічними і сприйнятливими до нових мовних віань є соціальні групи молоді, що проживають в місті. Саме у місті складаються сприятливі умови для появи спеціалізованих молодіжних жаргонів (байкерів, панків, скейтбордистів та ін.), міська молодь має можливість спілкуватися з великим числом однолітків, більш схильна до впливу моди, активно залучається до різних неформальних рухів, входить в створені по інтересах корпорації. Проте розмивання меж між містом і селом, тісне спілкування міських і сільських жителів, навчання сільської молоді в міських учбових закладах, а також демократизація засобів масової інформації, сприяють як появі діалектизмів в мові міської молоді, так і вживанню сільськими хлопцями і дівчатами модних слівцеь міста.

Мовна картина міста міняється через постійний притік різноманітного населення, яке обумовлює мовну асиміляцію, складання притаманних для даного колективу розмовних типів мови. Отже, ми могли б припускати, що існує деяка мовна специфіка, наприклад, у студентства, школярів, службовців.

Реалії, які цікавлять молодь як наймобільнішу соціокультурну групу, постійно змінюються. Рухомим є також і словник молодіжного жаргону: оновлення лексики і фразеології спостерігається не тільки в крупних містах, але і на периферії. Таким чином, на склад носіїв молодіжного жаргону впливають багато чинників. Не тільки вік, але і усвідомлення власної індивідуальності, свідоме бажання експериментувати зі словом, приналежність до певної корпорації, спільність інтересів, але також і соціальний статус, місце проживання є важливими моментами в розкритті специфіки молодіжного соціолекту, і грають важливу роль в його функціонуванні.

Слід зазначити, що особливою рисою ХХІ століття є той факт, що соціолект молоді стає модним не тільки серед представників певного віку, але і серед представників державної влади: в офіційній мові, виступах політичних діячів часто можна почути лексеми молодіжного

соціолекту. Цей факт є ще одним свідомством важливості і своєчасності вивчення даної проблеми.

Дане дослідження присвячено вивченню мови студентів, що навчаються в університетах Англії і України, у віці від 18 до 23 років, які проживають в міському середовищі. В даному випадку вік і соціальний статус молодих людей дозволяє прослідкувати вплив процесу соціологізації особи (розвиток особових якостей, залучення до суспільних цінностей) на мовні особливості комунікації. Слід мати на увазі, що на заході соціологізація особи відбувається пізніше, ніж в Україні. Це пов'язано з тим, що в Англії тривалість терміну навчання значно перевищує цей показник в Україні; а також багатьма іншими соціальними чинниками.

Неформальний стиль спілкування молоді, невимушена манера мови з домінуванням емоційного компоненту викликані прагненням молодих людей до нестандартного самовираження, властивого цій віковій групі. “Необходимость постоянно демонстрировать свою принадлежность к данной субкультуре и одновременно непринадлежность к иным субкультурам, что в различной степени характерно для представителей любых социальных образований, приводит к выработке некоторого набора идентифицирующих признаков, подлежащих демонстрации” [2: 352]. Такими є не тільки зовнішні знаки — аксесуари одягу, зачіска, татуїровка, але і мова групи даної субкультури. Демонстрація мовної приналежності, за відзначенням Е. Д. Поліванова, є “предъявлением речевого паспорта” [3: 48]. У молодіжній сфері спілкування на перший план виступає ідея протиставити свою мораль, свої ідеали, свій образ думок і свою поведінку миру дорослих, загальноприйнятим соціальним і поведінковим зразкам.

Вивчення особливостей лексичного складу молодіжного соціолекту показало, що поповнення словника відбувається в основному за рахунок лексичних новоутворень (взувати, фраєритися, бабло, чмирь, світовий, cool, great, skin, stack), які відображають процеси розвитку мови, трансформацію семантики нових словарних одиниць. Слід зазначити, що всі новоутворення, як правило, характеризуються присутністю емоційно-оцінного компоненту, що підсилює важливі для молоді поняття. Саме емоційна складова лексем робить їх привабливішими і затребуваними для представників даної вікової групи. При цьому особливу роль грає недбале вживання мови, яке є усвідомленим і часто утрируваним підкресленням в мові усіх одиниць,

що відхиляються від літературної норми. Такі слова характеризуються розширенням семантики, що сприяє їх широкому використанню в молодіжному соціолекті.

Аналіз словотворчих моделей, використовуваних молоддю, показав, що найбільш поширеними є способи, які мають в структурі емоційно-оцінний компонент, що є засобом виразу суб'єктивного відношення того, що говорить, до навколишньої дійсності. В основі словотворення молодіжної лексики лежить творчий підхід студентів до використання загальнономовних ресурсів, характерних для англійської і української мов.

Слід окремо відзначити важливу роль запозичень в процесі поповнення словарного складу молоді. Дослідивши мову українських і англійських студентів, можна сказати, що вживання запозичень є однією з найбільш яскравих характеристик студентської молодіжної мови. Вживання іншомовних лексем в молодіжному соціолекті є престижним, до певної міри він впливає на підвищення соціального статусу, підкреслення культурного рівня того, що говорить, поширення його комунікабельності. Найбільша кількість запозичень в соціолекті українських студентів має англломовне походження, англломовних — американське, крім того в обох групах спостерігаються слова циганського, іспанського, арабського, французького походження, а також лексеми сленгового походження. Наведемо приклади: *cafe-glisse* (фр.), *macho* — (исп.), *basta* — (итал.), *kif* — (араб.). Слід зазначити, що в обох типах молодіжного соціолекту, що вивчаються, зареєстровано три різні групи запозичень. Продемонструємо цей фактичний матеріал на прикладі українського молодіжного соціолекту: а) запозичення зберегли початкову форму мови-донора (без зміни звукового і смислового змісту), наприклад, *cool*, *sexu*, *shopping*, *tip-top*, *job* і др.; б) усічені запозичення (смісловий зміст зберігається, а форма змінена), наприклад, *fan* — фан, *kif* — кайф; в) іншомовні вкраплення (іноземні лексеми, що функціонують відповідно до законів мови-рецептора), наприклад, *strings* — стринги (-ами, -ів), *email*-імейл (-лом, -ли, -лах), *gay* — гей (-ями, -ї, -їв), *connect* — коннектить (-ую, -ємо).

Одним з найцікавіших мовних явищ збагачення лексики молоді сьогодні є застосування закону економії мовних зусиль, яке знаходить свій вираз в збільшенні кількості скорочень в мові, наприклад, CD, SKYPE, WY-FY. У даних скорочених формах зберігається ознака модальної оцінки, великий ступінь емоційної забарвленості. Ці

ознаки сприяють розширенню сфери вживання таких одиниць серед молоді.

Висока експресивність і яскрава модально-емоційна характеристика жаргонізмів, нестандартність їхньої форми і сфери застосування створюють умови для задоволення емоційної сфери комунікації молодого покоління [1]. При цьому жаргонні слова і вирази репрезентують ті ділянки дійсності, які є найбільш значущими для молоді, такими, що відображають світогляд, менталітет молоді. Лексико-семантичний аналіз матеріалу дослідження показав, що найбільш поширені слова в жаргонній лексиці в двох мовах, що зіставляються, включають лексеми функціонально-семантичних полів, які включають у якості компонентів одиниці з семантикою взаємин молодих людей з тими, що оточують, їх побут, матеріальне положення. При цьому часто вживаними є семи з негативною семантикою, такі, як *возбухати* — обурюватися, пред'являти претензії, дієслова *барагози-ти* і *кипешити* — голосно розмовляти, кричати, поводитися агресивно, *відстій* — не цікавий; декілька менша частина жаргонізмів передає нейтральне або жартівливе відношення до тих, що оточують, або ситуації комунікації, наприклад, *ватрушка*, *подруганка* — подруга, *братан*, *брателло*, *братик*, *корєфан*, *кореш*, *чувак*, *друган*, *дружбан* — друг, приятель. Пріоритети молоді людини знаходяться в області взаємин з однолітками; саме у молодіжних співтовариствах молоді люди реалізують свою гостру потребу у спілкуванні. У сфері взаємин виявляються психо-емоційні особливості молоді людини: з погляду комунікації оцінюються етичний рівень, інтелектуальні можливості, характер молоді людини, рівень його культури. Створюючи нові жаргонізми, молодь з властивим їй максималізмом перебільшують недоліки інших, бажаючи на їхньому фоні виглядати краще.

Слід зазначити, що усередині окремої молодіжної групи (компанії приятелів, студентському колективі) простежується певна нерівність, як в матеріально-соціальному плані, так і з погляду здатності молоді людини протистояти тиску, агресії з боку однолітків, зберігати свою індивідуальність; відчувається яскраво виражене презирство до слабкого і твердження сильного. Маркіровка суб'єкта комунікації за допомогою емотивно-оцінної, експресивної лексики залежно від того, до “своїх” або “чужих” він відноситься, виявляється в комунікативних ситуаціях, де людина стає в центрі уваги молодіжного колективу. При цьому взаємини, що віддзеркалюються молодіжним жаргоном, не можна розцінювати як негативні, оскільки негативна оцінка агре-

сії і насильства свідчить про неприйняття молодими людьми тих або інших норм комунікації.

Проведений аналіз матеріалу дослідження дозволяє констатувати, що у молодіжного студентського угруповання (як і у молоді в цілому) є специфічний словник, який відображає їх спосіб життя, світовідчуження (захоплення, смаки, свій тип поведінки, спосіб вільного проведення часу). Важливою ознакою студентської субкультури є вплив моди. Саме мода визначає зовнішній вигляд (костюм, зачіску, татуїровки і т. п.), музичні смаки і інші естетичні пристрасті. Саме мода визначає мовну манеру комунікантів. Ціннісні орієнтації студентської субкультури впливають на відносини її носіїв до світу і зі світом, на їх самосвідомість і самовизначення. Корпоративність, яка є основною характеристикою студентського соціолекту, супроводжується вживанням певних слів, тобто маркерів, які дають можливість відрізнити “свого” від “чужого”. Важливою рисою молодіжного соціолекту є його підлеглість принципам емоційної експресивності. Головною характеристикою молодіжного соціолекту є потреба протиставити свою групу всім іншим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бахтина, М. Б. Эмотивно-оценочная картина мира молодёжи конца XX — начала XXI вв. (на материале жаргонной ТГ “любовь”) [Текст] / М. Б. Бахтина // Филология и человек. — 2010. — № 3. — С.137–141.
2. Бойко Б. Л. Молодежный жаргон как отражение взаимодействующих субкультур / Б. Л. Бойко // Встречи этнических культур в зеркале языка: (в сопоставительном лингвокультурном аспекте): Научный совет по истории мировой культуры. — М.: Наука, 2002. — 487 с. — С. 352–361.
3. Поливанов Е. Д. О блатном языке учащихся и о “славянском языке” революции “За марксистское языкознание” // Сборник популярных лингвистических статей “Федерация”. — М., 1931. — 181 с.
4. Крысин Л. П. О речевом поведении человека в малых социальных общностях: Постановка вопроса / Л. П. Крысин // Язык и Личность. — М.: Наука, 1989. — С. 78–86.

Стаття надійшла до редакції 13.02.13