

ВЛАСНІ НАЗВИ В МОЛОДІЖНОМУ СЛЕНГУ

У статті проаналізовано антономазію як спосіб творення молодіжних сленгізмів; серед власних назв молодіжного сленгу м. Херсона виділено антропоніми (імена та прізвища) й топоніми; схарактеризовано звукову та асоціативну мотивацію в процесі переходу власних назв у загальні в молодіжній субмові; розглянуто лексико-семантичне поле 'гроші'; простежено вплив засобів масової інформації на розвиток молодіжного соціолекту.

Ключові слова: молодіжний сленг, антономазія, власна назва, антропонім, топонім, звукова мотивація, асоціативна мотивація.

Мова є одним із символів стилю життя і служить «діагностичним індексом», за допомогою якого індивід, що належить до визначеної групи, може визначити належність іншого індивіда. Символічні мовні засоби регуляції спілкування молоді зародилися через загострене сприйняття молоддю відтінків соціальної ситуації спілкування. Спілкуючись, молода людина має уявлення про образ співрозмовника, його інтереси й вибирає висловлення залежно від освіти, досвіду тощо.

Молодь завжди намагалася протиставити себе світу дорослих та іншим молодіжним групам. Свідомість і поведінка молоді ще не перевантажена властивим старшому поколінню стереотипами, менше деформована груповими забобонами, які склалися на основі минулого досвіду в дорослої частини суспільства. Молоді властива емоційність, максималізм, власне уявлення про життєві цінності, норми поведінки, власний особливий стиль і манери (зовнішній вигляд, одяг, жести), почуття солідарності та «групового духу». Молодіжна субмова — це саме і є символ належності до цієї суспільної групи, лінгвальне виявлення її субкультури. Це — засіб маркування належності мовця

до певної соціальної (чи асоціальної) групи; мовний засіб виокремлення маленької групи у великому суспільстві.

Характеризуючи лінгвістичну сутність молодіжного сленгу, дослідники визначають її як гру зі словом, мовну забаву, засновану на метафоризації словесних значень і спрямовану на створення експресивних, емоційно забарвлених виражальних засобів (на відміну від, наприклад, умовних мов, що виконували конспіративну функцію)

Однією з основних характеристик молодіжного сленгу є експресія, виразно-образотворчі якості мови, що звичайно супроводжуються емоційністю, оцінюванням й образністю, стосовно яких експресія — явище більш загальне. Оцінка, емоція й експресивність невіддільні одна від одної, тому що вони визначають сферу вживання слова, тобто його стилістичну належність. У молодіжному сленгу експресія зумовлює відкритість, неусталеність закріпленості слів, рухливість лексичного складу, появу синонімічних рядів і постійну їхню мінливість.

Підвищена рухливість лексичного складу, швидка змінюваність значної частини одиниць — одна з характерних рис сленгу молоді, що відрізняє його від інших мовних підсистем. Лексичну динаміку цього субкоду спричинює насамперед природна зміна в часі суспільних явищ, предметного світу, у який занурене буття етносу, а також зміна мовних смаків, специфіка лінгвокреативних процесів у структурі духовно-ментального світу молоді [3, с.56–57].

Стихія, що живить молодіжний сленг, — усе нове, нетрадиційне: мовлення музикальних фанатів і мовлення наркоманів, комп'ютерний жаргон і міська розмовна мова, іноземні мови і кримінальний жаргон. Він безперестанно запозичує одиниці з жаргонів та інших підсистем мови. Але основним способом поповнення молодіжного сленгу є деривація (власне словотвір, семантичні переноси, фонетичні процеси). Динамізм і мінливість сленгу найбільш яскраво проявлено у швидкій реакції на життя мовного колективу, у постійному оновленні вокабуляру (виникненні нових слів і нових значень уже існуючих у

мові лексичних одиниць), це й зумовлює актуальність нашої студії. Матеріал дослідження зібраний у м.Херсоні, більшість наведених у статті прикладів не зафіксована жаргонними словниками. Мета нашої статті – проаналізувати власні назви у молодіжному сленгу м.Херсона.

Антономазія як спосіб творення нових слів у літературній мові передбачає перехід власної назви в загальну й навпаки, як загальні використовуються імена літературних героїв, відомих письменників, художників, громадських діячів та інших відомих соціально значущих осіб. У молодіжній субмові відсутній перехід загальної назви у власну, ономастичну базу молодіжного сленгу м.Херсона складають антропоніми й топоніми, засвідчений єдиний приклад переходу зооніма *Мухтар* у загальну назву *мухтар* 'охоронець'.

У групу антропонімів молодіжного сленгу м.Херсона входять імена й прізвища (імен по батькові не виявлено). Власні офіційні та неофіційні імена представлені такими одиницями: *аліса* 'дивна, своєрідна людина'; *леся* '200 гривень'; *клава* 'дружина'; *альоша, вася* 'наївна людина'; партикулятиви: *дядя Стьопа* 'висока людина'; *дід Панас* 'диктор', *дядько Сем* 'самогон' (у шкільному жаргоні 'оцінка «7»').

Перехід власної назви в загальну в молодіжному сленгу зумовлений звуковою й асоціативною мотивацією. Звукова мотивація ґрунтується на омонімії форм сленгової одиниці й оніма, які створені засобом існуючих у мові готових моделей оніма. Ці одиниці або мають яскраво виражену тенденцію до економії мовних засобів (*жорік* 'автомобіль «Запорожець-965»', *франя* 'французька мова', *Партос* 'вино «Портвейн»'), або зумовлені бажанням жаргононосія надати мовленню відтінок іронії, жарту, сарказму, напр.: *гваделупа* 'людина з випуклими очима' (розмовне *лупати* і жаргонне *лупіки, вилупки*); *містер сараян* 'тролейбус'. Щодо останнього прикладу, то зауважимо, що творення оказіональних прізвищ, коренева морфема яких відсилає до нормативного імені, широко розповсюджене в молодіжному сленгу, напр.: *травкін* 'наркоман' ← *трава* 'будь-яка наркотична речовина для куріння

(анаша, марихуана, гашиш)'; *сунов* 'наркоман' ← *сунути* (синонімічна заміна *сунути* ← *двигати* 'уживати наркотики').

Суть асоціативної мотивації в тому, що певний образ з якихось причин (можливе й особисте сприйняття жаргононосія) переосмислений у певний тип і перенесений на групу осіб, предметів, явищ. Н.Волкова, досліджуючи власне ім'я в жаргоні молоді м. Львова 90-х років ХХ ст., виділяє художньо-літературну, історичну й частотно-функціональну асоціації [1, с. 71] залежно від того, який мотив узятий за основу. Наші спостереження свідчать, що мотивом асоціацій сучасних жаргононосіїв усе менше постають літературні герої, оскільки молоде покоління майже не читає твори художньої літератури. Приклади художньо-літературної асоціативної мотивації в нашому матеріалі поодинокі: *аліса* 'дивна, своєрідна людина' («Аліса в країні чудес», Л.Керролл); *буратіно* 'ніс' (+метонімія) («Золотий ключик або пригоди Буратіно», О.Толстой), *дядя Стьопа* 'висока людина' («Дядя Стьопа», С.Михалков).

Вплив ЗМІ, переважно телебачення, демонструють оніми — імена, прізвища, прізвиська, псевдоніми постатей масової культури: *сердючка* 'весела людина'; *джексон* 'рухлива людина'; *шумахер* 'водій тролейбуса, маршрутки'; *ален делон*, *бред пітт* 'красивий чоловік'; і не лише сучасних: *тарапунька* 'низька людина' (дует українських гумористів 70-х років ХХ ст. Штепсель (низький) і Тарапунька (високий)); *дід Панас* 'диктор' (зафіксоване в мовленні середнього покоління, існувала програма «На добраніч, діти», яку вів дід Панас). Із категорії власних назв у загальні в українському молодіжному сленгу перейшло прізвище героя відомого радянського телесеріалу «Сімнадцять миттєвостей весни» - *Плейшнер*: так стали називати лисого чоловіка. Справді, актор, який грав у фільмі цього героя, мав таку особливість у своїй зовнішності. Переосмислення біблійного *армагеддон* 'символічне найменування якоїсь жахливої події' (у молодіжному сленгу м.Херсона 'негативна ситуація') мотивоване назвою однойменного американського фільму.

Іноді асоціативні зв'язки сленгізму з особою, предметом, явищем такі слабкі, що спостерігаємо трансформацію семантики сленгової одиниці й

утворення нової на її основі. Прізвища й імена відомих історичних осіб мотивують нові семи у молодіжному сленгу м.Херсона. Лексема *пушкін* у молодіжному сленгу має значення 'кучерявий', 'розумний', 'відмінник', у молодіжному сленгу м.Херсона власна назва перейшла в загальну на основі семи 'багато написати, у т. ч. казок', що трансформоване в сленгове значення 'базіка, балакуча людина' (аналогічне перенесення *андерсен*). Жаргонні словники подають лексему *сусанін* як музейний жаргонізм зі значенням 'екскурсовод' і авіаційний 'штурман', у молодіжному сленгу м.Херсона актуалізоване значення 'брехлива людина'.

На відміну від літературної мови, у субстандарті побутують особові імена, які не мають загальновідомих конотацій. Нових сем у молодіжному сленгу м.Херсона набувають імена *альоша, вася* 'наївна людина' ('некмітлива', 'ненадійна', 'дурень', 'неавторитетна' тощо у жаргонно-сленгових словниках); *клава* 'дружина' (у жаргонних словниках є різні значення щодо жінки, але це не зафіксоване), *кирило* 'сільський житель', *гриць* 'дурний', *маланка* 'дівчина з села'.

Частотність функціонування сленгових одиниць ґрунтується на співвідношенні частоти вживання того чи іншого оніма із закономірністю та актуальністю протікання якогось побутового явища або події. Лексико-семантичне поле 'гроші' вельми актуальне в молодіжному середовищі. Номінація грошової одиниці іменем або прізвищем особи, яка зображена на купюрі, — загальна особливість поповнення жаргонно-сленгового словника. Український історико-культурний потенціал власного імені актуальний для сучасного сленгу в плані джерела для вторинної номінації грошових купюр. Це й не дивно, адже, по-перше, фрейм «гроші» відзначається високою функціональною активністю в лексичній структурі сленгу і, по-друге, таке асоціювання становить собою сленгову семантичну універсалію (наприклад у польському молодіжному сленгу *kopernik* – 10 злотих від зображення Коперника на монеті та ін.) [2, с. 315]. У жаргонних словниках одиниці *володимир, франко, грушевський, мазенка, тарасик* фігурують як вторинні номінації на позначення українських грошових купюр відповідної вартості.

Наведена підгрупа збагачена одиницями молодіжного сленгу м.Херсона: *мазена* '10 гривень', *шевченко* '100 гривень', *леся* '200 гривень'.

Досить численною підгрупою власних назв у шкільному жаргоні є 'найменування вчителів за їх характерними ознаками'. Ми не аналізуємо ці одиниці, оскільки більшість їх номінує цілком визначених, конкретних людей, має яскраво виражений «локальний» характер і реалізована в мовленні учнів лише однієї школи (або навіть у межах кількох класів школи), де були створені. Утворення подібних одиниць (вироблення жаргонних найменувань конкретних людей) є специфічною рисою шкільного жаргону, що не характерно для інших жаргонних утворень (наприклад, для студентського).

Отже, ономастична база антономазії молодіжного сленгу м.Херсона — антропоніми й топоніми. Якісно й кількісно антропоніми більш чисельний клас, у якому виділені імена і прізвища (імен по батькові не виявлено). Перехід власної назви в загальну зумовлений звуковою й асоціативною мотивацією.

ЛІТЕРАТУРА

1. Волкова Н.В. Имя собственное и его производные в структуре молодежной жаргонной лексики и фразеологии // Вестн. Львов. ун-та. Серия «Филология». – Львов, 1990. – Вып. 21. – С. 67–72.
2. Карастойчева Ц. Българският младежки говор. – София: Наука и изкуство, 1988. – 219 с.
3. Масенко Л.Т. До проблеми вульгаризації мови // Дивослово. – 2003. – № 6. – С. 20–22.
4. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. – К.: Критика, 2005. – 464 с.
5. Ставицька Л. Проблеми й аспекти вивчення жаргонної лексики: Соціолінгвістичний аспект // Укр. мова. – 2001. – № 1. – С. 55–68.

Martos Svitlana

PROPER NAMES IN THE YOUTH SLANG

In the article the antonomasia as a way of the formation of youth slangisms is analysed; anthroponyms (names and surnames) and toponyms are picked out among the proper names of Kherson city; a sound motivation and an associative motivation in the process of the transition from proper names to common nouns in the youth sublanguage are described; lexical and semantic field 'money' is studied; the influence of mass media on the development of youth sociolect is traced.

Key words: youth slang, antonomasia, proper name, anthroponym, toponym, sound motivation, associative motivation.

Мартос Светлана

СОБСТВЕННЫЕ ИМЕНА В МОЛОДЕЖНОМ СЛЕНГЕ

В статье проанализированы антономазия как способ образования молодежных сленгизмов; среди собственных имен молодежного сленга г. Херсона выделены антропонимы (имена и фамилии) и топонимы; охарактеризована звуковая и ассоциативная мотивация в процессе перехода собственных имен в нарицательные в молодежном субъязыке; рассмотрено лексико-семантическое поле 'деньги'; установлено влияние средств массовой информации на развитие молодежного социолекта.

Ключевые слова: молодежный сленг, антономазия, имя собственное, антропоним, топоним, звуковая мотивация, ассоциативная мотивация.

Мартос С.А. Власні назви в молодіжному сленгу// Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика» : зб. наук. праць / ред. проф. В. Олексенко та ін. – Херсон : Вид-во ХДУ, 2017. – Вип. 27 – С. 82-85.