

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ: КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ

У статті розглянуті комунікативні характеристики молодіжного сленгу, визначені типові для молоді ситуації спілкування, їх змістовні характеристики, механізми впливу на мовні характеристики тексту.

Ключові слова: молодіжний сленг, мовленнєва ситуація, комунікативний намір, сфера й тема спілкування.

Ключевые слова: молодежный сленг, языковая ситуация, коммуникативное намерение, сфера и тема общения.

Key words: youth slang, speech a situation, communicative intention, sphere and a theme of dialogue.

Людське спілкування складається з комунікативних актів, у яких беруть участь комуніканти, вони створюють, сприймають та інтерпретують висловлювання. Комунікативний акт завжди ситуативний і реалізується в конкретній мовленнєвій ситуації. Теорію ситуативної обумовленості вживання соціальних різновидів мовлення розробили американські вчені [6; 7]. Ця проблема майже не досліджена у вітчизняній лінгвістиці, адже соціальна і комунікативна лінгвістики – молоді галузі україністики.

Одним із наслідків соціальних трансформацій в Україні к. ХХ – п. ХХІ стала зміна співвідношення нормативного і ненормативного у мові. Не лише в усному мовленні, а й у засобах масової інформації, у художній літературі відбувся своєрідний вибух жаргонної, зниженої розмовної, навіть нецензурної лексики. Нова соціальна парадигма функціонування мови дзеркально відображається у свідомості молоді як найбільш мобільному прошарку суспільства. Актуальності у сучасному мовознавстві набувають дослідження,

об'єктом яких є молодіжний сленг. Визначенню комунікативних характеристик молодіжної субмови присвячена наша студія. Завдання дослідження: розглянути типові для молоді ситуації спілкування; визначити їх змістовні характеристики; дослідити механізми їхнього впливу на мовні характеристики тексту.

Як відомо, мовленнєва ситуація являє собою цілісну єдність певних ознак, причому одні з них є основними, обов'язковими, необхідними для самого існування мовленнєвої ситуації як такої, інші ж відіграють другорядну роль і їхня наявність або відсутність не впливає істотно на ситуацію. Дослідники по-різному описують і класифікують ознаки мовленнєвої ситуації, проте більшість із них виділяють наступні: 1) місце спілкування; 2) учасники спілкування (їхні особистісні властивості й характер взаємин один з одним); 3) мотив спілкування; 4) мовленнєвий намір; 5) сфера спілкування; 6) тема спілкування [1; 5].

Обов'язковими ознаками мовленнєвої ситуації є мотив спілкування й мовленнєвий намір. Власне, обидві ці ознаки невіддільні одна від одної. Мотив - це потреба в мовленнєвому контакті, сукупність причин, спонукань, які викликають мовленнєве висловлювання, причому в діалозі таких мотивів спілкування декілька, відносини між ними можуть бути також різними: вони можуть збігатися або не збігатися.

Важливим для вивчення соціолінгвістичних явищ є аналіз взаємин між ситуацією й темою спілкування. «Можна говорити про зв'язки мовленнєвої ситуації й теми як умов, що визначають процес діалогічного спілкування (мовленнєва ситуація) і змістовного боку продукту цього спілкування (тема), про зв'язки не безпосередні, а через продукт спілкування (діалог)» [4:30]. Таким чином, тема, як і комунікативний намір мовця, є важливим компонентом мовленнєвої ситуації, що впливає на характеристики висловлювання.

Найважливішим компонентом мовленнєвої ситуації варто визнати комунікативний намір як сполучну ланку між умовами й обставинами мовленнєвої діяльності й процесом її породження. Намір, або інтенція, у

значній мірі залежить від місця, часу спілкування, кількості учасників, їхніх соціально-демографічних характеристик (вік, національність, освіта, соціальний стан), характеру взаємин учасників (ступінь знайомства). Реалізація всіх цих компонентів ситуації приводить до вибору теми й «надає руху» всьому механізму породження мовлення.

Побудувавши загальну модель мовленнєвих ситуацій, визначивши її основні елементи й складові, переходимо безпосередньо до поставлених нами завдань. Для їх рішення варто уважніше розглянути такі лінгвістичні терміни, як сфера спілкування й тема спілкування. У суспільній науці поняття сфери спілкування органічно включається в поняття функції мови. Ю.Д. Дешерієв визначає це в такий спосіб – «функція, виконувана мовою як найважливішим засобом спілкування в різних сферах людської діяльності» [3:21]. Очевидно існує зв'язок між сферами людської діяльності й сферами спілкування, котрій відповідають певні мовленнєві ситуації. Важливу роль відіграють для тієї або іншої сфери спілкування автор мовлення, адресат, тематика спілкування, цільовий намір тощо. Тема спілкування – це умови, які визначають змістовний бік спілкування. Основні теми спілкування молоді в цілому збігаються з семантичними групами молодіжного сленгу. Відображена у молодіжній субмові картина світу може бути окремих дослідженням, тому наведемо лише найактуальніші для молоді лексико-семантичні поля: «Людина за її зовнішніми і внутрішніми властивостями», «Зовнішній вигляд людини (одяг, взуття, аксесуари тощо)», «Свідомість, інтелект, почуття людини» «Музика», «Гроші», «Навчання», «Розваги». У процесі інтерв'ювання й анкетування студентів Херсонського державного університету ми з'ясували, що вживання молодіжного сленгу максимально, якщо тема розмови пов'язана із проведенням вільного часу, музикою, бізнесом, тобто з побутовою сферою спілкування. Студентам пропонувалося відповісти на ряд питань. Коли ви частіше використовуєте сленгізми: а) Коли говорите про навчання, б) музику й спорт, в) моду, г) дозвілля, г) політику, д) мистецтво й літературу. Результати анкетування підтвердили, що молоді люди уживають сленгізми найчастіше, коли говорять

про проведення вільного часу, моду, музику; не використовують в розмові про політику, значно рідше в розмові про навчання, мистецтво й літературу.

Ознака місця спілкування часто приводить до зародження мовленнєвої ситуації. Місце спілкування – це умови, обставини, у яких відбувається мовний контакт. Перехід з літературної мови на сленг - це реакція комунікантів на зміну соціальної ситуації. Обставини визначають форму й зміст бесіди. Вибір мовленнєвої поведінки залежить від соціальних відносин між комунікантами й умовами комунікативного акту. Активізація вживання молодіжного сленгу найбільш висока, коли молодь перебуває в невимушених обставинах, в оточенні однолітків (на вулиці, у кафе, молодіжній вечірці) і набагато нижче в навчальних закладах, вдома. Однак активне вживання молодіжного сленгу в подібних ситуаціях можна пояснити тим, що відбувається спілкування з однолітками. Таким чином, комунікативний партнер є найважливішою характеристикою. Особистісні якості учасників спілкування та їхніх соціальних ролей можуть надавати тексту висловлювання певного емоційного забарвлення, експресивності, впливати на вибір і функціонування мовних одиниць.

Проводячи опитування серед студентів, ми попросили відповісти на запитання: у спілкуванні з ким ви використовуєте сленгові одиниці – а) з друзями, б) родичами й знайомими, в) незнайомими. Переважна більшість інформантів уживають сленгізми в бесіді із друзями.

Крім зовнішніх компонентів мовленнєвої ситуації ми намагалися визначити й мотиви вживання сленгізмів. В анкетах на питання про ставлення до сленгових слів студенти відповідали: а) сленгізми засмічують мову, б) використання сленгізмів робить мову простою і зрозумілою, в) уживання сленгізмів - нормальне явище. Наведемо основні результати відповідей на ці питання: а) ствердно відповіли 15% інформантів, б) 20%, в) 25%. Інші не знали як відповісти.

Важливим є вплив внутрішніх компонентів мовленнєвої ситуації на механізм породження мови. Виняткові можливості тут дає вивчення різноманітних типів мовленнєвих інтенцій. Комунікативна інтенція –

осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення [2:116]. Мовленнєва ситуація динамічна, у ній можуть зіштовхуватися два або кілька намірів, які зіштовхнувшись, видозмінюються самі. Поняття інтенції й ситуації, у якій перша реалізується за допомогою висловлювання, надзвичайно важливо розрізняти, виділяючи коло типізованих ситуацій, у яких найчастотніша одна інтенція. Мовленнєві інтенції завжди присутні у свідомості мовця до здійснення дії й у процесі породження висловлювання грають змістоорганізуючу роль, впливаючи на вибір лексичних засобів і навіть на вживання тих або інших граматичних форм.

Уживання сленгізмів ми також пов'язуємо з категорією інтенціональності. Звичайно виділяють наступні типи інтенції: повідомлення інформації, спонукання до кого-небудь, оцінки чого-небудь, установлення контакту. Ми вважаємо, що основні мовленнєві ситуації молодіжного спілкування характеризують чотири типи інтенції: 1) контактостановлююча, 2) кодуюча, 3) характеризуюча, 4) оцінна. Розглянемо їх докладніше.

Основна функція інтенції встановлення контакту – намір сигналізувати «Я свій». Найяскравішими прикладами можуть бути популярні у молоді вітання *хай, банзай* та ін.. Різновидом цього виду інтенції вважаємо контакторуйнівну, основна функція якої – виразити небажання вступати в контакт. Фрази *Що ти на мене наїжджаєш? Я опух тебе слухати!* повідомляють «Ми - різні люди. Ти не можеш зрозуміти мене, тому що ми розмовляємо різними мовами». Зазначені інтенції часто супроводжуються мімікою, жестами, рухами.

Функція кодуючої інтенції – зробити молодіжну мову якнайменш зрозумілою для інших, бо це створює ефект співтовариства, односторонності серед однолітків: *бугор у яру* - викладач на місці. Так, у розмові однолітків по телефону один з них, уживаючи фразу *шнурки в склянці* (батьки вдома), робить її незрозумілою для батьків, які перебувають вдома. Наявність подібного типу інтенцій пояснює велику кількість у молодіжному сленгу запозичень з кримінального жаргону, які роблять мову незрозумілою для навколишніх, ця функція схожа з аргю.

Основним мотивом характеризує інтенції є демонстрація інформованості, ступеня соціалізації мовця в даній групі. Її основна функція – повідомлення додаткової інформації про співрозмовників (*Приклад на ньому бомбейський: косуха, ураганні адери, слакси атасні ...*). Уживаючи сленгові слова, індивід цим демонструє, що він володіє молодіжним сленгом. Для подібних ситуацій немаловажне дотримання норми, тому що у свідомості мовців існують певні норми й кожний комунікант ніби змушує супротивника зробити помилку у вживанні тієї або іншої лексеми.

Емоційно-експресивна функція – основна функція оцінної інтенції. Часто оцінна інтенція використовується в бесіді молоді з дорослими: батьками, викладачами, у ситуаціях, де використання сленгізмів недоречно (на заняттях, у спілкуванні з батьками). Оцінна інтенція характерна для ситуацій, у яких мовець прагне привернути до себе увагу. Наприклад, студент говорить викладачеві: *«Через хворобу відсутні два студенти, інші крутять динамо»*. Дана ситуація не розташовує до вживання молодіжного сленгу, тому що бесіда відбувається під час навчального процесу й комунікативним партнером є викладач, але студент використовує молодіжний сленг для того, щоб виділитися й привернути до себе увагу.

Установлюючи кореляції між різними параметрами мовної ситуації, ми виявили, що активізація вживання молодіжного сленгу найбільш висока тоді, коли молодь перебуває в невимушених обставинах, в оточенні однолітків. Найважливішими ознаками мовленнєвої ситуації є тема, місце, учасники спілкування, мотив, намір.

Література

1. Авронин В.А. Проблемы изучения функциональной стороны языка: К вопросу о предмете социолінгвістики. — Л., 1975. — 276 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: «Академія», 2004.— 344 с.
3. Дешерієв Ю.Д. Социальная лингвистика. К основам общей теории. —М., 1977. — 381 с.

4. Изаренков Д. Обучение диалогической речи. — М., 1986. — 150 с.
5. Никольский Л.Б. Синхронная социолингвистика: теория и проблемы. — М., 1976. — 168 с.
6. Bell B. Sociolinguistics: Goals, approaches and problems. — London, 1978. — 229 p.
7. Ervin-Tripp S. Children's sociolinguistic competence and dialect diversity // Language acquisition and communicative choice. — Stanford, 1973.

Мартос С.А. Молодіжний сленг: комунікативний аспект// Науковий вісник Херсонського державного університету: [зб. наук. праць/ ред. проф. В.Олексенко та ін.]. — Херсон: Вид-во ХДУ, 2005. — Вип. II. — С.199-202. (Серія «Лінгвістика»).