

ДМИТРО МАСЬКО

УКРАЇНСЬКИЙ СЛЕНГ ТА МІЖМОВНА ІНТЕРФЕРЕНЦІЯ

Проблема доцільності застосування терміна *сленг* на позначення позанормативної мови, що її використовують у спілкуванні представники відносно стійких соціальних чи вікових груп і яка протиставляється літературним нормам національної мови, постала недавно. До середини 60-х рр. ХХ ст. назву *сленг* розглядали як нечітко оформлений синонім до слова *жаргон* або на позначення просторіччя, ненормативної розмовної мови. З одного боку, сленг визначали як 'розмовний варіант професійної мови, жаргон', а з іншого — як 'жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення' (СУМ, 1978, IX, с. 350). Сьогодні цим терміном позначається лексика, яку раніше зараховували до жаргонізмів чи арготизмів, наприклад: *бабки* (гроші), *базар* (розмова), *кодло* (компанія), *колеса* (таблетки), *корм* (заробітна плата), *фуфло* (непотріб). Проте, як зауважує Л. Ставицька, сьогодні «термін «сленг» за частотністю вживання значно перевищує «жаргон», що абсолютно закономірно з огляду на посилений динамізм соціальних структур і відносин у сучасному суспільстві, глобалізацію суспільної сфери, в якій стираються грані та руйнується не тільки корпоративна замкненість, а й глибинні культурні семіосфери етнобуття».

До запозичень належить не тільки *сленг* (англ. *slang*), але й величезний масив іншомовної лексики, що входить до його складу в українській мові: *дрінк* > *вечірка* (англ. *drink* = пити), *крейзі* > *несповна розуму* (англ. *crazy*), *олди* > *батьки* (англ. *old* = старий), *піпли* > *люди* (англ. *people*), *трузери* > *штани* (англ. *trousers*), *шузи* > *взуття* (англ. *shoes*). Нові форми закріплюються у мові та використовуються паралельно з усталеними одиницями жаргонної лексики, інколи навіть переважаючи її за частотністю вживання: *крейзі* // *бзиканутий*, *бабахнутий* > *божевільний*, *несповна розуму*; *дрінк* // *п'янка*, *вечоруха* > *вечірка*; *олди* // *предки*, *батраки* > *батьки*; *піпли* // *кентти* > *люди*; *трузери* // *шкари*, *джинса* > *брюки*; *шузи* // *колеса*, *туфляри* > *черевики*.

В Оксфордському словнику англійської мови *сленг* має такі тлумачення:

‘1) Вульгарна або стилістично знижена спеціальна лексика; низький, вульгарний тип мовлення.

2) Специфічні лексичні та фразеологічні одиниці, які використовуються представниками окремої професії чи покликання; жаргон певного суспільного класу.

3) Невимушений тип мовлення, що перебуває поза межами літературних стандартів та складається зі слів-новотворів або переосмислених лексем.

4) Образливі, зневажливі слова; лайка.

5) Нісенітниця, безглузда мова’.

Хоч сленгізми та жаргонізми дуже схожі, проте їх не можна вважати тотожними поняттями. Крім того, що використання сленгізмів сигналізує про належність людини до певного соціального чи професійного середовища, сленг поступово виходить за межі корпоративного вжитку. Цікаву характеристику сленгу як термінологічної одиниці запропонувала О. Ахманова, вказавши, що сленг — це передусім емоційно-експресивні одиниці розмовної мови тієї чи іншої професійної або соціальної групи, які стали складником мовної культури людей, які безпосередньо не належать до цієї групи. Відтак жаргонізми слід вважати «робочим» матеріалом, що формує лексичну систему сленгу. Такий матеріал можна умовно поділити на слова, що перейшли до групи інтержаргону (жаргонної лексики, використання якої виходить за межі соціально-професійних груп), та лексеми, що потрапили до реєстру сленгізмів внаслідок переосмислення їх семантики й набуття лексичними одиницями додаткових значень. Прикладами першого різновиду є *амба* = *безвихідне становище*, *кінець* (ориг. жаргон моряків), *бацати*, *лабати* = грати на музичному інструменті (ориг. жаргон музикантів), *зона* = тюрма (ориг. тюремний жаргон), *квасити* = пити (ориг. жаргон п'яниць), *поцілуватися* = зіткнутися (ориг. жаргон водіїв), *шампунь* =

ігристе вино (ориг. жаргон п'яниць). Другий різновид репрезентують такі слова, як *амбал* = людина міцної статури (ориг. тюремний жаргон), *атас* = тривога (ориг. жаргон злодіїв), *жук* = незнайомиць (ориг. жаргон злодіїв > підступна людина), *колеса* = взуття (ориг. жаргон водіїв > автомобіль), *салага* = недоліток (ориг. жаргон військовослужбовців > новобранець).

Елементи другої групи слів зберігають свою первинну (у цьому випадку *жаргонну*) семантику і побутують у мові представників окремих соціально-професійних груп. Вони ж можуть входити до складу сленгу, зокрема молодіжного, який з-поміж інших соціальних субстратів є чи не найскладнішою мовною структурою, оскільки він синтезує усі інші страти з неодмінною печаттю групової, індивідуальної мовотворчості та «вікового» мовного смаку. Крім того, сленгізми часто вживаються з метою заощадження мовних ресурсів, досягнення стислості та експресивності вислову.

Сленг має нестійкий характер і тяжіє до інтенсивного поповнення реєстру новими лексичними одиницями. Разом з тим сленг охоплює й ті лексичні та фразеологічні одиниці, які не можна вважати загальноживаними або такими, що належать до розмовно-літературної або нормативної лексики: *врубатися* = *розуміти*, *косити* = *удавати (з себе)*, *кльовий* = *дуже добрий*, *никати* = *ховати*, *прикид* = *вбрання*, *прикол* = *жарт*, *розбірка* = *сварка*, *бійка*, *хавати* = *їсти*. Хибним є також трактування сленгу як мови соціального «дна», адже сленгізми формують також словник індивідів, що належать до різних соціальних верств, а джерелом поповнення такої лексики є не тільки арг.

Сьогодні спостерігаємо активне поповнення лексичної системи сленгу за рахунок слів іншомовного походження.

Потужна інтервенція чужих культур (здебільшого з російської та англо-американської) призводить до не виправдано посиленого використання у мовленні запозичених слів (*шейпінг, тренінг, промоушн, фітнес, бренд, хот-дог*), слів-паразитів та вигуків іншомовного походження на кшталт *чисто, блін, точняк, тіпа, конкретно, Супер! Вай!* (англ. *Wow!*) *Унс!* (англ. *Oops!*) *Ауч!* (англ. *Ouch!*) *Єс!* (англ. *Yes!*). З одного боку, міжмовна інтерференція є ознакою розвитку мови, поповнення її ресурсів, з іншого боку, вона зумовлює ряд негативних наслідків лексичних запозичень, які часто заступають питомі українські слова та форми. Активізацію запозичених слів та інтернаціоналізмів спостерігаємо як у сфері виробничо-професійної термінології (*адвертайзинг, білборд, брокер, демпінг, дилер, лейбл, лізинг, маркетинг, провайдер, сервіс, холдинг*), так і в розмовно-побутовій мові (*дизайн, ексчейндж, паркінг, стайлінг, тостер, шоу*).

Причин таких неоднозначних мовних процесів декілька. По-перше, міжмовна інтерференція є одним із наслідків глобалізації і виникає через підвищений попит на іноземні мови. По-друге, вона безпосередньо пов'язана з лібералізацією мовних норм, що зумовлюється впливом засобів масової інформації та використанням Інтернету. По-третє, наявність значної кількості запозичених слів у мові засвідчує зміни, які відбуваються в свідомості та світосприйнятті наших громадян. Метою використання адаптованих до фонетичного та граматичного складу української мови екзотизмів, запозичених слів та варваризмів є не тільки бажання справити на співрозмовників *респектабельне* враження, а й «прагнення до оновлення й оживлення мовної стилістики, намагання відійти від канонів спілкування радянської доби в бік невимушеності, неофіційності» (О. Тараненко).

Зниження загального рівня цензури в комунікативній та інформативній сферах часто призводить до нехтування літературними нормами та принципами добору мовних засобів. Прагнучи говорити по-новому, по-сучасному, люди часто забувають про самоцензуру, а це не може не позначитися на мовній культурі. Як наслідок — жаргони, лайки, непристойні вислови, брутальні слова з'явилися на сторінках газет, журналів, книжок.

Переважає більшість сленгізмів іншомовного походження — це запозичення з англійської мови, які потрапили в українську мову через транслітерацію. Їх умовно поділяємо на декілька груп.

За звуковою та граматичною формою слова розрізняємо:

1) модифіковані або фонетично адаптовані до фонетичної системи української мови форми: *дипрешен* (англ. *depression*) = нудьга, *драйвер* (англ. *driver*) = водій, *мазер* (англ. *mother*) = мати, *саберб* (англ. *suburb*) = околиця, *фрі* (англ. *free*) = безкоштовний;

2) лексеми зі зміненою морфологічною будовою слова: *кріейтати* (від англ. *create* > створювати), *дринкати* (від англ. *drink* > пити), *кантрб* = *незграбні, обмежені люди* (від англ. *country* > сільська місцевість). Зміна первинної морфологічної будови слова є одним із найпродуктивніших способів формування нових лексичних одиниць — сленгізмів. При цьому переважає утворення синтетичних граматичних форм шляхом додавання афіксів чи флексії до основи іншомовного слова. Наприклад:

аск (англ. *ask*) + *a* + *ти* > *аскати* = *запитувати*;

бест (англ. *best*) + *ов* + *ий* > *бестовий* = *найкращий*;

вайт (англ. *white*) + *ов* + *ий* > *вайтовий* = *білий*;

герл (англ. *girl*) + *a* > *герла* = *дівчина*;

ку[л'] (англ. розм. *cool*) + *н* + *о* > *кульно* = *дуже добре*;

мейк (англ. *make*) + *a* + *ть* > *мейкать* = *робити*.

Окремі лексичні одиниці можуть утворювати скорочені форми: *нік* (англ. *nickname*) = прізвисько, *тин* (англ. *teenager*) = підліток.

За лексичним значенням виділяємо:

1) слова з незміненою первинною семантикою: *ботл* (англ. *bottle*) = пляшка, *сингер* (англ. *singer*) = співак, *трабл* (англ. *trouble*) = проблема, *флет* (англ. *flat*) = квартира;

2) семантично трансформовані запозичення: *дабл* (англ. *double* = двійник) > *туалет*; *флейм* (англ. *flame* = полум'я) > *суперечка, сварка*; *скін* (англ. *skin* = шкіра) > *одяг*.

Здебільшого сленгізми в українській мові не виявляють полісемічності, але формують доволі розгалужені синонімічні ряди: *бумкати, в'їжджати, волокти, врубатися, сікти, тумкати, фурикати, хавати, шамити, шарити* > *розуміти*.

Викладені міркування дають підставу стверджувати, що в українській мові *сленг* можна визначити, як:

1) Тип мовлення, що передбачає інтенсивне використання лексики та фразеології, яка побутує у мові представників певної соціальної чи професійної групи: *дембель* (солдат строкової служби, що підлягає демобілізації), *салага* (новачок), *пайка* (пайок), *шугати* (примушувати виконувати команди та накази) > сленг військовослужбовців.

2) Вульгарно забарвлені перифрази, що їх використовують представники соціальних низів або неформальних груп суспільства: *бенц* (бійка), *бухло* (алкогольні напої), *жувало* (рот), *копито* (нога), *лажа* (нісенітниця, помилка), *фару* (очі), *шиз* (дивак).

3) Іншомовні слова, які дублюють українські назви і залишаються на периферії лексичної системи: *кеш* (англ. *cash* = готівка), *мані* (англ. *money* = гроші), *мен* (англ. *man* = чоловік, людина), *стріт* (англ. *street* = вулиця), *френд* (англ. *friend* = друг). В українській мові такі лексеми, як правило, зберігають первинне значення, але набувають іншого, ніж у мові-джерелі, стилістичного та експресивного забарвлення.

4) Слова-новотвори або наявні у мові лексичні одиниці, що набули нових значень: *відриватись* (відпочивати), *кайф* (задоволення), *капуста* (гроші), *керосин* (горілка), *ковбаситись* (розважатись), *колихати* (хвилювати), *тачка* (автомобіль), *чайник* (невіглас).

Як бачимо, за характерними ознаками сленг є близьким до жаргону, аргю та лексичного просторіччя, але відрізняється від них активнішим використанням переосмислених та запозичених слів та меншою усталеністю вживання лексичних одиниць.