

РОЛЯ МОЛАДЗЕВАГА СЛЭНГУ Ў ЛЕКСІЦЫ БЕЛАРУСКІХ ПЕРЫЯДЫЧНЫХ ВЫДААННЯЎ

Прышчэпа Ю.Ф.,

*магістрант ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь
Навуковы кіраўнік – Бабіч Ю.М., канд. філал. навук, дацэнт*

За апошнія дзесяцігоддзі мова сродкаў масавай інфармацыі стала больш адкрытай для некадыфікаваных формаў нацыянальнай мовы, у газетных і інтэрнэт-старонках звычайнай з’явай сталі моладзевы слэнг, жаргонныя і простамоўныя канструкцыі.

Навукоўцы надаюць вялікую ўвагу даследаванню моладзевага слэнгу ў мове СМІ. Гэта звязана з тым, што любая інфармацыя ўздзейнічае на чалавека, яго мысленне, светаўспрыманне і на культурныя адносіны паміж людзьмі. Мова сродкаў масавай інфармацыі не заўсёды прытрымліваецца правілаў і нормаў літаратурнай мовы. У тэкстах сустракаецца асэнсаванае ўжыванне журналістам слэнгавых слоў, а часам у газетных творах назіраюцца т.зв. размоўныя агаворкі.

Мэта даследавання – выявіць неабходнасць моладзевага слэнгу ў беларускіх перыядычных выданнях.

Матэрыял і метады. Даследаванне грунтуецца на матэрыялах “Народнай Волі” і “Звязды”. Асноўныя метады даследавання – апісальны, метады кампанентнага аналізу.

Вынікі і іх абмеркаванне. На сучасным этапе слэнг не мае выразнай сацыяльна-прафесійнай арыентацыі, ім могуць карыстацца прадстаўнікі рознага сацыяльнага і адукацыйнага статусу. Таму можна адзначыць такую асаблівасць слэнгу, як агульнавядомасць і ўжывальнасць. Пранікненне ў мову беларускай моладзі слэнгавых канструкцый адбываецца ў выніку моўнага ўплыву Інтэрнэта, тэлебачання, масавай культуры. Разам з тым, на думку вучоных, “пранікненне запазычаных слоў – непазбежны аб’ектывны працэс, з якім найўна змагацца, але які трэба пазнаць і рэгуляваць” [1, с. 71].

Істотна тое, што беларускі моладзевы слэнг усё яшчэ знаходзіцца на стадыі развіцця і папаўнення лексічнымі адзінкамі, у адрозненне ад рускага моладзевага слэнгу не мае ярка выражанай “субкультурнай” замкнёнасці.

У сістэме ўнутранага запазычання вядучай крыніцай папаўнення моладзевага лексікону традыцыйна з’яўляецца жаргон наркаманаў, злодзеяў, іншых сацыяльных слаёў грамадства. Вылучаюцца розныя падвіды моладзевага слэнгу: студэнцкі, армейскі, музычны, камп’ютарны.

Аналіз беларускіх газет дэманструе актыўнае ўключэнне слэнгізмаў у матэрыялы рознай тэматыкі. У прыватнасці, на старонках аналізаваных крыніц мы назіраем наступныя выразы: *А на заданні мінулай пяцігодкі лепш канчаткова “забіць”* (Народная Воля, 16.08.2019). *Сяргей Румас у Банку развіцця займаўся выпраўленнем “касякоў” мадэрнізацыі ў дрэвапрацоўцы* (Народная Воля, 20.08.2019). *У паніцы спрабую высветліць, што маё сямігадовае дзіця паспела ўжо “нарыць” у сеціве і накойкі “адукавалася”* (Звязда, 29.08.2019). Слэнгізмы **касякі, забіць, заначка, нарыць, падсесці, апрацаваць** пайшлі з аргатызмаў наркаманаў, турэмнага жаргону, шырока ўжываюцца і ў гутарковай мове.

Шэраг выказаў з камп’ютарнага слэнгу назіраецца ў газетных артыкулах: *У гэтым ёсць пэўны пасыл для вашых фаловераў?* (Звязда, 28.03.2019). *І не трэба думаць, што ў сеціве лёгка “згубіцца”*. *Дамоўцеся з малымі, што яны без вашага ведама не будуць нікому пераводзіць грошы, выкарыстоўваць платныя рэсурсы для накруткі лайкаў* (Звязда, 29.08.2019).

Некаторыя прыслоўі, прыметнікі ў газетным творы выказваюць станоўчую ці адмоўную ацэнку ўзнікаюць у выніку ўплыву моцных эмоцый на таго, хто агучвае сваю думку: **круты сюжэт, кульная паездка, прышпільная адпачнулі**. Напрыклад: *Галоўнае – зрабіць праект так, каб было захавальна, весела, драйвова* (Звязда, 28.03.2019). *Зрабіць крута – гэта ўнутраная матывацыя творчага чалавека* (Звязда, 30.03.2019).

Драйвовы (англ. drive) – жарг. рытмічны, эмацыйна насычаны (пра музыку). У слоўніках слова «**круты**» мае дадатковыя значэнні характарыстыкі асобы: рашучы, рэзкі, вельмі моцны, празмерны.

Варта ўвагі слова **савок** – пярэварыўны тэрмін, які вызначае чалавека з пэўнымі псіхалагічнымі і сацыяльнымі ўмовамі, які ацэньвае іншых людзей, з’явы і свет, выкарыстоўваючы нязменную сістэму міфаў, прывезеных з СССР.

Насамрэч, абутак беларускай вытворчасці, па-першае, і не танны, а па другое, не вельмі прывабны, ад яго вее нейкім “саўком” (Народная Воля, 6.08.2019). Таксама «саўком», «саўковым» называюць з’явы, якія адносяцца да савецкай эпохі. Тэрмін «савок» супрацьпастаўляўся з чувакамі – т. зв. «залатой моладдзю», якая спрыяльна ставілася да заходняга ладу жыцця.

Гэтая лексема, ўтвораная ў 70-я гг. XX ст. не губляецца ў вуснай і пісьмовай форме і актыўна ўжываецца ў свабоднай прэсе і на тэлебачанні.

Заклучэнне. Слэнг вельмі хутка заваёўвае мову прэсы. Даказана, што моладзевы слэнг, пранікаючы ў публіцыстычны тэкст, робіць матэрыял больш жывым, а інфармацыю, што змешчана на старонках перыядычных выданняў, каларытнай, даступнай для ўсведамлення максімальнай колькасці чытачоў.

Аналіз друкаваных выданняў дэманструе больш поўную моўную карціну, па якой можна меркаваць аб стане мовы, яе лексічных новатворах, такім чынам, і пра культуру, бо мова і культура ўзаемазвязаны.

1. Бойка, В. Структура і семантыка тэксту. Слэнгавая лексіка ў беларускамоўным інтэрнэт-дыскурсе // Актуальныя праблемы мовазнаўства і лінгвадыдактыкі: Матэрыялы Рэспубл. навук. Канферэнц. Да 70-годдзя з дня нарадж.праф. Г.М.Малажай.- Брэст, 2008. С. 188-190.
2. Цікоцкі, М.Я. Стылістыка беларускай мовы / М.Я. Цікоцкі // – Мінск: Выш.школа, 1976. – 304 с.

АДМЕТНАСЦЬ СТРУКТУРЫ І ЗМЕСТУ ЗАГАЛОЎКАЎ ГАЗЕТЫ “МЫ І ЧАС”

Радзеўская Н.У.,

студэнтка 4 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Семянькова Г.К., канд. філал. навук, дацэнт

Развіццё перыядычнага друку ў Беларусі аказала значны ўплыў на станаўленне літаратуры і мастацтва. Газеты з’яўляюцца адным з асноўных сродкаў у сістэме масавай камунікацыі нашай краіны. На сённяшні дзень налічваецца звыш за 1 652 друкаваныя перыядычныя выданні, у тым ліку 749 газет, 862 часопісы, 31 бюлетэнь, 9 каталогаў, 2 альманахі. Больш за 70 працэнтаў усіх зарэгістраваных выданняў з’яўляюцца недзяржаўнымі. Прэса друкуецца на беларускай, рускай, нямецкай, англійскай, украінскай, польскай і іншых еўрапейскіх мовах [1].

Мова публіцыстычнага тэксту мае вялікае значэнне для стварэння якаснага публіцыстычнага твора. Не апошняю ролю адыгрывае і заглавак, які ўзбуджае чытацкі інтарэс, прыцягвае ўвагу да публікацыі. У сувязі з гэтым вывучэнне асаблівасцяў зместу і структуры загатоўкаў з’яўляецца *актуальным*, бо дазваляе выявіць сярод іх найбольш удалыя і сфармуляваць на аснове гэтага парады тым, хто толькі пачынае сваю публікацыйную дзейнасць у СМІ.

Мэта артыкула – выяўленне асаблівасцяў структуры і зместу загатоўкаў газеты “Мы і час”.

Матэрыял і метады. Матэрыялам паслужыла картатэка загатоўкаў (каля 160 адзінак), сабраная аўтарам з 20-ці нумароў газеты “Мы і час” за 2018 год [2]. Метады даследавання – апісальны, параўнальны, элементы статыстычнага аналізу.

Вынікі і іх абмеркаванне. Як вядома, заглавак – гэта ўводны кампанент газетнай публікацыі, які, папярэднічаючы тэксту, нясе пэўную інфармацыю пра змест публіцыстычнага твора. Загатоўкі газетнай паласы нярэдка маюць эмацыйную афарбоўку, што ўзбуджае чытацкі інтарэс, прыцягвае ўвагу. Заглавак успрымаецца як маўленчы элемент, які мае пэўную самастойнасць. Важнасць загатоўка ў плане ўздзеяння на чытача вызначаецца тым, што ён разам з зачынам і фіналам тэксту займае стылістычна моцную пазіцыю. Менавіта гэтыя кампаненты твора прыцягваюць найбольшую ўвагу. Інфармацыя, што змяшчаецца ў загатоўку, зачыне, канцоўцы, засвойваецца чытачом у першую чаргу.

Існуе шэраг прапанаваных Г.С. Мельнікавым, А.М. Цепляшынай і іншымі навукоўцамі класіфікацый загатоўкаў. Узяўшы іх за аснову, мы вызначылі наступныя найбольш характэрныя для перыядычнага выдання “Мы і час” загатоўкі: *заглавак-пытанне, заглавак-цытата, заглавак-“бягучы радок”, заглавак-перафразаванне, шаблонны заглавак* і інш.