

кантэкстаў, у якіх яны ужыты. Вывучэнне нацыянальна-культурнага кампанента лексікі неабходнае для вырашэння задач лінгвакультуралогіі, лінгвакраізнаўства і паспяховай міжкультурнай камунікацыі.

1. Барадулін, Р. Выбраныя творы / Р. Барадулін; [уклад., прадм., камент. М. Скоблы]. – Мінск: Кнігазбор, 2008. – 596 с.
2. Бульбаш [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу : <https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=Бульбаш>. – Дата доступу : 14.06.2017.
3. Бураўкін, Г. Лісты да запатрабавання : вершы і паэмы / Генадзь Бураўкін. – Мінск : Кнігазбор, 2010. – 336 с.
4. Не! – “Бульбашу” ў Беларусі / Суполка ТБМ г. Салігоска // Наша слова. – 5 кастрычніка 2016 г.
6. Леванцэвіч, Л. В. Лінгвакультуралогія: слова, значэнне, кантэкст : вучэбна-метадычны дапаможнік / Л. В. Леванцэвіч; УА “Брэсцкі дзярж. ун-т імя А. С. Пушкіна”, Філалагічны факультэт, Каф. гісторыі беларус. мовы і дыялекталогіі. – Брэст : БрДУ імя А. С. Пушкіна, 2009. – 102 с.
7. Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы : больш за 65 000 слоў / Пад рэд. М.Р. Судніка, М.Н. Крыўко; афармленне А.М. Хількевіча. – 4-е выд. – Мінск : БелЭН, 2005. – 784 с.
8. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. Т.1 – Москва: Прогресс. – 1971. – 827 с.
9. Шкраба, І.Р. Слоўнік беларускай безэквівалентнай лексікі (у рускамоўным дачыненні) / І.Р. Шкраба. – Мінск: БелЭН, 2008. – 318 с.

ВОБРАЗНА-ПРАГМАТЫЧНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ ЖАРГАНІЗМАЎ У ДРУКАВАНЫХ СМІ

Прышчэпа Ю.Ф.

студэнтка 4 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь
Навуковы кіраўнік – Бабіч Ю.М., канд. філал. навук, дацэнт

Станаўленне і развіццё лексікі сучаснай беларускай літаратурнай мовы нельга ўявіць без няспыннага ўзаемадзеяння новага і старога, мінулага і сённяшняга. Прагрэс у грамадскім жыцці, імклівы ўздым навукі, культуры выклікаюць з’яўленне новых слоў, новых узораў лексічнай і словаўтваральнай спалучальнасці. На лексічны склад мовы ўплывае т.зв. “дэмакратызацыя”, назапашванне размоўных, нават прастамоўных і жаргонных лексем, якія нярэдка нейтралізуюцца.

Апошнім часам назіраецца шырокае выкарыстанне жаргоннай лексікі ва ўсіх сферах грамадскага жыцця. Эмацыйна ўзмоцненыя лексемы ўсё часцей пранікаюць у масмедыйную прастору, не выключэннем сталі і старонкі рэспубліканскіх газет і часопісаў.

З іншага боку, жаргонная лексіка мае і свае станоўчыя бакі. Яна становіцца бліжэйшай да чытача, сваімі сродкамі даступна акрэслівае інфармацыю.

Мэта артыкула – выявіць вобразна-прагматычны эффект жаргоннай лексікі ў СМІ. Актualнасць працы абумоўлена тым, што жарганізмы здольныя зрабіць рацыянальны тэкст жывым, эмацыянальна афарбаваным, выклікаць адпаведную рэакцыю чытача, нават паўплываць на свядомасць грамадства.

Матэрыял і метады. Матэрыялам даследавання паслужылі тэксты перыядычных выданняў – газеты “Звязда”, “Літаратура і мастацтва”, “Наша Ніва”. Асноўнымі метадамі даследавання з’яўляюцца апісальны і метады кампанентнага аналізу.

Вынікі і іх абмеркаванне. Жаргонная лексіка ў пэўнай ступені адлюстроўвае тэмы працы, змены, якія адбываюцца ў грамадстве: здыманне цензуры, запазычанні з блізкароднасных моў, з’яўленне новых тэхнічных сродкаў і г.д. Жаргоны лексічна і стылістычна разнастайныя, адрозніваюцца няўстойлівасцю, зменлівасцю. Жаргон можа ўзнікаць у любым устойлівым і больш-менш замкнёным калектыве. Выкарыстанне жаргоннай лексікі нагадвае своеасаблівую моўную гульню, якая заканчваецца з выхадам чалавека з моўнай групы (напрыклад, вучань, які заканчвае школу і паступае ва ўніверсітэт, перастае ўжываць школьны жаргон, затое пачынае актыўна выкарыстоўваць студэнцкі).

Аналіз беларускіх друкаваных выданняў паказаў, што асноўную частку неўнармаванай лексікі ўтрымліваюць семантычныя жарганізмы. Яны ўтварыліся ў выніку метафарычнага і – радзей – метанімічнага пераносаў на базе літаратурных лексем. Шляхам метафарычнага пераасэнсавання слоў літаратурнай мовы з’яўляюцца наступныя жарганізмы: *гармонік* – ‘гарадскі аўтобус’, у літаратурнай мове *гармонік* – музычны інструмент, для атрымання гуку неабходна цягнуць мяхі; перанос наймення па знешнім падабенстве.

Вялікую папулярнасць у сучасных публікацыях атрымалі словы *тусавання* і *тусоўка*. Дарэчы, слова *тусоўка* з’яўляецца самым частотным сярод іншых жарганізмаў у газетах, а таксама вельмі часта сустракаецца ў выданнях, якія адносяцца да масавай і «жоўтай» прэсы. Напр.: *Там у іх, як і ў маладых, – свая “тусоўка* (Звязда, 09.01.2016).

Паводле нашых назіранняў, у беларускамоўнай прэсе прадстаўлена дастатковая колькасць жарганізмаў, утвораных на базе англамоўнай лексікі. Англіцызмы і амерыканізмы з’яўляюцца адной з асноўных крыніц папаўнення моладзевага жаргону, жаргону праграмістаў і г.д. Назіраем запазычаную лексіку і ў крыніцах даследавання: *Расіянін-хейтар, якога лінчавалі ў Мексіцы, выжыў* (Наша Ніва, 21.05.2017).

На старонках друкаваных СМІ сустракаюцца словы: *шузы* (ад ангельскага shoes) – «абутак», *лук* (ад англ. look) – «выгляд», *дэнс* (ад англ. dance) – «танцы». Сёння сталі папулярнымі такія словы, як *баксы*, *грын* (ад англ. green – «зялёны») – даляры, як правіла, зялёнага колеру.

Сярод часцін мовы самым частотным лічыцца словаўтварэнне жаргонных лексем ад назоўнікаў, затым дзеясловаў, прыметнікаў і прыслоўяў. Самым прадуктыўным спосабам утварэння ў жарганізмаў, на думку даследчыкаў, з’яўляецца **суфіксацыя**. Суфіксы, якія сустракаюцца на старонках друкаваных СМІ ў жарганізмах, вельмі разнастайныя. Багацце назоўнікаў з суфіксамі *-к-, -ік-, -нік-, -шык*, утвараюцца шляхам сцяжэння (універбацыі) цэлага словазлучэння. Прыклады: *Плануе наступіць у “вышку”*, *зрабіць кар’еру і завесці сям’ю* (Звязда, 16.06.2016). *Пэўнай “страхоўкай” ад махлярства можа стаць паслуга sms-абвесткі* (Звязда, 11.06.2016).

Пры аналізе “моладзевай мовы”, намі было вылучана некалькі падвідаў слэнгу. У школьным школьным жаргоне, напрыклад, такія словы звязаны з вучобай: *Дзірэ* – ‘дырэктар’; *істэ(а)рычка* – ‘настаўніца гісторыі’, *русіца* – ‘настаўніца рускай мовы’, *контра* – ‘кантрольная работа’ і інш. У адрозненні ад школьнага, студэнцкі жаргон больш разнастайны, бо часткова ўтрымлівае ў сабе элементы крымінальнага аргю. Напрыклад: *заваліць, заваліцца* – ‘не здаць экзамен, залік’. Часам назвы навучальных устаноў таксама змяняюцца: *каляга* – каледж; *хабза, учыльня* – вучылішча, ліцэй; школа – *школка*.

Вядомыя і іншыя падвіды моладзевага слэнгу: салдацкі, музычны, камп’ютарны. Лексіка камп’ютарнага падвіду даволі разнастайная, бо некаторыя лексемы запазычваюцца з жаргонаў іншых прафесійных груп, напрыклад: *чайнік* – дрэнны, неадукаваны праграміст (з жаргону аўтамабілістаў), *макрушнік* – праграміст, які выкарыстоўвае мову праграмавання “макроасемблер” (лексічнае запазычанне з крымінальнага жаргону, “макрушнік”, г.зн. забойца). У лексіцы камп’ютарнага жаргона можна сустрэць і цэлыя сінанімічныя рады: *кампуцэр – тачка – апарат – машына – жалеза; вінт – хард – дыск – бердан* і інш.

Існуюць разнастайныя спосабы перадачы запазычанняў у пісьмовай форме: *транслітэрацыя, трансфанацыя, трансплантацыя*.

Транслітэрацыя – дакладная перадача тэкстаў і асобных слоў адной графічнай сістэмы сродкамі іншай графічнай сістэмы (*Homiel’, Mahilou i Viciebsk*).

Найчасцей у СМІ сустракаецца спосаб *трансфанацыі* – перадача запазычанага слова сродкамі роднай мовы. Напрыклад: *Хлопца, якога дэпартавалі з Амерыкі не “на родину, а на радзіму”, казалі “го хоум”* (Літаратура і мастацтва, 26.02.2016).). У Мінску ўзяты пад варту два дзеячы *піяр-бізнэсу* (Наша Ніва, 14.03.2015).

Трансплантацыя – “перасадка” запазычаных выразаў на беларускую мову з наступным іх “прыжыўленнем” і замацаваннем. Прыклад трансплантацыі ў газеце “Наша Ніва”: *Шведскае PR-агенцтва Студыя Total сцвярджае, што сарвала пастаўку сістэмы ў Венесуэле* (27.11.2012).

Праведзенае даследаванне паказвае, што праблема ўжывання жаргоннай лексікі ў СМІ даволі неадназначная. Жарганізмы могуць быць выкарыстаны ўдала – гэта значыць, перадаваць некаторыя дадатковыя канатацыйныя значэнні, прыцягваць чытачоў вобразнасцю і нештампаванасцю і вызначаць той ці іншы кантэкст. Разам з тым, некаторыя аўтары ўключаюць у журналісцкія творы жарганізмы выключна для таго, каб «пакрасавацца»; іншыя журналісты ўжываюць адное і тое ж стылістычна зніжанае слова сістэматычна, ператвараючы яго ў штамп. Усё гэта адштурхоўвае патэнцыйную аўдыторыю ад перыёдыкі.

Заклучэнне. Такім чынам, нельга адназначна сказаць пра становішчы ці адмоўны эффект жарганізмаў у друкаваных СМІ. Можна толькі з упэўненасцю заявіць, што ўключаць такія словы трэба разумна, згодна з кантэкстам, канатацыяй, улічваючы рэакцыю чытацкай аўдыторыі і стыль выдання.