

*Новосад М. (Львів, Україна)*

### **Функціонування молодіжного сленгу в чеському мовному середовищі**

*У статті поданий аналіз виражальних засобів – сленгізмів, які формують лексико-семантичну групу найменувань реалій життя молоді поза навчальним процесом та обґрунтовано причини їх загальнозживаності у суспільній комунікації.*

**Ключові слова:** сленг, молодіжний сленг, молодіжна комунікація.

*В статье представлен анализ выразительных средств - сленгизмов, формирующих лексико-семантическую группу наименований реалий жизни молодежи вне учебного процесса и обоснованы причины их общеупотребительности в общественной коммуникации.*

**Ключевые слова:** сленг, молодежный сленг, молодежная коммуникация.

*The article focuses on expressive means - slang words that form lexical-semantic group names of the realities of life of young people outside the educational process and the reasons for their common usage in social communication.*

**Key words:** slang, youth slang, youth communication.

Характерною особливістю сучасної неофіційної комунікації є використання у ній експресивних виражальних засобів, зокрема таких як сленг. Дослідження закономірностей їх побутування, причин їх виникнення і поширення, класифікація їх у групи за певними критеріями, визначення їхнього лексичного ядра та периферії є предметом наукових зацікавлень для багатьох лінгвістів. Предметом аналізу в нашій статті є складова лексико-семантичного поля чеського молодіжного сленгу, а саме: група найменування на позначення реалій життя молоді поза навчальним процесом.

Назви на позначення артефактів повсякденного життя молодих людей – це величезний прошарок лексики молодіжного сленгу, який в основній своїй масі представляють інтерсленгізми – термін, який використовує Я. Губачек [3, 544] на позначення лексичних одиниць, які виникли поза середовищем молоді, але були сюди імпортовані. Це найменування, які побутували у сфері певного професійного чи загального сленгу, але, втративши свою професійну або групову приналежність, вживаються у молодіжному чи будь-якому іншому виді сленгу. Яскравим прикладом є сленгізм *hrát fer hru (jednat čestně)*, очевидно, що виник він у середовищі сленгу спортсменів (етимологічно з англ. *fair play* (чесна гра), але вживається у комунікації найрізноманітніших груп від спортсменів до фінансистів. Характерними особливостями таких назв є їх різноманітність

та багатовекторність використання. І, оскільки, як зазначив Я. Губачек [1, 87], з лінгвістичної точки зору, молодіжний сленг, загалом, є результатом взаємовпливу двох основних факторів: мовної гри\* і винахідливості у мовленні та постійного інтенсивного впливу літературної мови, він є загально-соціально поширеним і слугує одним із основних засобів комунікативної реалізації сучасної мовної особистості. Тому, закономірним є те, що найменування на позначення реалій життя молоді, які є складовою його лексико-семантичного поля, часто вживаються не лише поза навчальним процесом, який є об'єднуючим фактором для молодіжної спільноти, але й поза середовищем молоді. Тобто, проникаючи у всі сфери життя та побуту, відображаючи дійсність і вимисел, називаючи предмети, дії та стани, даючи характеристику особам, речам та явищам, молодіжний сленг на позначення реалій життя молоді проникає в комунікаційну сферу й інших соціальних груп. Використовуючи такі сленгізми комуніканти у такий спосіб досягають необхідної для мовця оригінальності і яскравості у комунікації.

Загально-соціальну поширеність аналізованої нами лексико-семантичної групи найменувань можна пояснити з точки зору психологічного фактору поширення сленгу, а саме, на нашу думку, просто бажанням учасників комунікації, незалежно від соціальної групи комунікантів, бути сучасним і «модним» у висловлюваннях. Крім того, психологічні фактори проявляються двоюко:

- по-перше, у бажанні члена певної соціальної або професійної групи підкреслити її унікальність і закритість шляхом використання у комунікації притаманної лише цій конкретній групі виражальних засобів;
- по-друге, за умов, коли мовець намагається увійти до певної соціальної чи професійної групи, для нього використання сленгу притаманного цій групі є зовнішнім виявом приналежності до неї або. На думку, Я Губачека, саме ці психологічні особливості мовців відіграють вирішальну роль у стабільності сленгових найменувань того чи іншого сленгу [1, 26].

Метою нашої статті є аналіз виражальних засобів – сленгових найменувань зазначеної лексико-семантичної групи, шляхом їх класифікації за відповідною сферою суспільних реалій, які вони позначають та характеризують, і опису особливостей їхнього побутування у комунікації загалом.

---

\* Під терміном «мовна гра» розуміємо свідоме порушення мовцем кодифікованої норми.

Зібраний практичний і теоретичний матеріал дозволяє нам виділити найбільш активно обігрувані серед сленгових найменувань поняття та суспільні реалії. До них належать:

- Людина, риси її характеру, вираження емоцій та особливості поведінки, властиві їй дії та реакція на них, характерне ставлення до інших суб'єктів соціуму.

- Речі, які нас оточують в побуті та їх властивості.
- Гроші та суміжні з ними предмети, дії, явища.
- Географічні об'єкти.
- Шкідливі звички та поняття з ними пов'язані.

Ми зафіксували значну кількість сленгових найменувань для характеристики людей, відповідно до їхніх зовнішніх ознак та рис характеру. Практичний матеріал дає можливість виокремити наступні групи сленгізмів:

- на позначення осіб за їх віком та відповідно до їхнього сімейного статусу: *alieni, hůlkoplazy, kyslíkáři (důchodci), emko a téčko (máma a táta), fogis (táta), fůta (otec), fosils (prarodiče), kinderky, bejbydlové, hároši, kindroši, šklebouni (děti), pískle, svišť (dítě), jehňata (starší děti), mutra (matka)*;

- на підставі особливостей поведінки: *čiperá (čilý důchodce), čepičář (pomalý důchodce za volantem), mlátička (agresivní jedinec)*;

- сексуальної орієнтації: *hulibrk, kuřbuřt, radiátor (homosexuál)*;

- яскраво виражених характеристик зовнішнього вигляду чи рис характеру: *topista (osoba s dredy), ikváč (inteligent), empati (empatičtí jedinci), blikon (člověk s brýlemi), kravaťák (muž v obleku), nařáchlej, nabušeney (namakaný, kulturista); krmič (člověk, který vykládá nepravdivé historky), leštič (člověk který někomu podležá), klikař (kdo ma často štěstí, komu se daří)*.

- національної приналежності: *úkáčko (ukrajinec), amik (Američan)*.

У сфері загальноновживаного молодіжного сленгу для характеристики зовнішнього вигляду людини знаходять своє мовне вираження назви частин тіла людини. Так, серед найменувань на їх позначення найбільше зафіксовано сленгізмів – відповідників слова голова (*hlava*), наприклад: *kokos, kotrba, luskna, makovice, řepa, šiška*. Інші частини тіла представлені такими найменуваннями: *ploutev (noha), chňáry (nohy), haxna (noha або ruka), čuchometr, rypák (nos), lopouchy, plachtáky (uši), chramstáky (zuby), angoráky (oči)*.

Активно вживану групу сленгізмів складають назви емоцій, найбільше серед них на позначення гумору, сміху, позитивного настрою та способів його вираження, нами зафіксовані, зокрема, такі: *gebit se, jebit se, řehnit, řepit se (smát se), chlámat se (hýkavě se smát), pecnit se (smát se s otevřenou*

*pusou*), *rozhodit koutky*, *hodit výtlem* (*rozesmát se*), *smajlit se* (*usmívat se*), *pusa* (*úsměv*), *výgeb* (*výbuch smíchu*), *řetězová pila* (*hlasitý smích při kterém je vidět všechny zuby*), *LOL!* (*Lot of laugh – hodně smíchu*), *ROFL*, *roflit* (*válet se smíchy po zemi*), *dásnič*, *chechtoň* (*vysmátý člověk*), *smajlík* (*člověk, který se často směje*), *mít hlody* (*být vtipný*), *frk*, *džouk* (*vtip*), *hláška* (*vtipná či komická poznámka*) та інші [2, 68-69].

Система молодіжного сленгу є відкритою, динамічною, активною у плані творення синонімічних рядів. Це особливо яскраво виражено серед сленгізмів на позначення дій та станів. Так, наприклад, для привітання побутують: *ahojku*, *aloha*, *hejů*, *hola hola*, *čus*, *čao*, *těpéro*, *zdar*, *zdařec*, *zduř*, *vzduř*; при прощанні характерні такі побажання: *měj se*, *maj sa*, *paček*, *bze*, *sbohem*, *zdařec*, *čau*. Молодь активно використовує у своєму мовленні найбільш поширені у побуті назви дій та станів, таким чином свою оцінку знаходять процеси пов'язані з дозвіллям: *flákat se* (*nic nedělat*), *gaučink* (*jít si lehnout*), *hodit čeličko* (*usnout na lavici*), *kvasit*, *kysnout* (*nudit se*); активним відпочинком: *fošnit* (*jezdit na snowboardu*), *hodit bok*, *hodit hrbem* (*zatancovat si*); вживанням їжі: *žunkat* (*pít*), *nachalovat se* (*najíst se*); базовими фізичними властивостями людини: *házet bulvou*, *valit bulvy*, *hodit voko*, *vošéfovat* (*dívat se*), *síkovat* (*hledat*), *hóknót* (*říct*), *chechlit* (*bavit se*), *békat* (*mluvit*); емоційними та фізичними станами: *depka*, *děčko* (*deprese*), *oblíznout kostičku* (*políbit dívku*), *šmoulovat* (*milovat se*), *zvenchnout se* (*zbláznit se*), *je na plech*, *mít naváto* (*hodně opilej*), *mít věci* (*chovat se divně*, *řikat divnosti*). Варто зауважити, що серед зафіксованих нами виражальних засобів є значна кількість назв дій, адаптованих у чеському молодіжному сленгу з інших мов, зокрема найпродуктивнішою є англійська мова, наприклад *callni mi* (*zavolej mi*) з питомого англ. *to call* (дзвонити); *kempnout* (*sednout*), в якому дія сісти асоціюється у молоді з англ. *to camp* (розбити табір); *houmran* (*návrat domů po párty*), асоціація із бейсбольним терміном, який передбачає у грі «фінальний забіг»; *kaufovat* (*nakupovat*) з нім. *kaufen* (купувати).

Активний рефлекс слововживання мають найменування, які характеризують стосунки між молодими людьми, зокрема ставлення до представників іншої статі. Найбільше ми зафіксували сленгізмів на позначення дівчат та їх зовнішніх характеристик. Асоціативний ряд новотворів багатий кількісно та різноманітний засобами. Наприклад: *borynka* (*holka*), *hulajzna* (*holka*), *štěrbiny* (*holky*), *bábovka*, *holina*, *kostička*,

*míca, perspektivní řezivo, roštěná, roštěnka (pěkná holka), barbie (dobře vypadající slečna), kotletka (pěkná slečna), borůvka (naivní mladá holka), lolitka (žena mladší 15 let), fitnesska (dívka se sportovní postavou), fošna (dívka s malými nadry), kořenka (super holka), ketinka (mladá příjemná slečna), kisna (tlustá holka), kočanda (hezka hubená holka), kefirovka, lasička, šťáva, šťávička, vecka, vymazlená kočička, žížalka (hezka holka)* [2, 70]. Більш детальний аналіз гендерного аспекту виникнення і функціонування таких сленгізмів може стати предметом наших подальших досліджень.

Суспільні відносини з представниками влади, зокрема, найширше у молодіжному сленгу представлені у найменуваннях працівників поліції, наприклад: *floyd (policista), švestky, filcky, benga, fízlové, fízlboys, bengaboys (policisté), benga v plechu (policisté v autě), benga na vrtuli (policisté ve vrtulniku), čertíci s mikrovlnkou (policajti s radarem)*. Цікавим є той факт, що Словник нелітературної чеської мови (далі Словник) одиничну лексему *benga* подає як виражальний засіб сленгу кримінальних елементів для позначення поліції, а усі словосполучки з ним вже маркуються як сленг сучасної молоді [4, 58-59]. Питомим для усіх вищеперерахованих сполук є світський сленгізм *beng*, для якого Словник подає два значення: 1. чорт, 2. жандарм, крім того, у словниковій статті зазначено, що ця лексема циган. походження і етимологічно використовувалася для позначення неслухняної, непосидючої дитини або поганої людини, злодія [4, 58]. Як бачимо, цей сленгізм пройшов цілий ряд асоціативних перетворень до зафіксованого нами у молодіжному сленгу значення – «поліція».

Речі, які нас оточують в побуті та реалії, які з ними пов'язані теж широко представлені у сленговому словнику молоді. Так, закономірно, отримали свої назви реалії, які стали наслідком науково-технічного прогресу, це, зокрема, високотехнологічні предмети електроніки, комп'ютерної техніки, які стають на сучасному етапі частиною нашого повсякденного життя. Ми не можемо не користуватися операційними системами, не можемо уявити себе без комп'ютера, мобільного телефону, mp3 програвача чи портативного накопичувального диску тощо. А, отже, молодь у своїй повсякденній комунікації користуються і сленгізмами на їх позначення, найпоширенішими у побуті є, зокрема, такі: *dívko (dvd), empína, empétrojka, empétři (mp3 přehrávač), fleška (USB disk), handy, klokánek, mobajl, foun, fén (mobil), cihla (velký mobil), majk (mikrofon), notes, noťák, noťas, laptop (notebook), comp, komp, kompík (počítač), PSko – play*

*station, PSPčko (play station portable), telina (televize), vokna, vočmen (videokamera), wokna (windows), webmasturbátor (správce webové sítě)* тощо.

В аналізованому матеріалі незначне місце займають сленгізми на позначення транспортних засобів. Фактор купівельної спроможності молоді та брендові уподобання стосовно автомобілів закономірно відображаються у сленгізмах на їх позначення. Ми зафіксували, зокрема, такі: *bourák (auto), popelnice (staré auto), piksla (starý „hrozný“ auto)*; за конкретною маркою: *bávo (BMW), fávo (škoda favorit)*. Цікавим є той факт, що сленгові найменування розкривають також призначення автомобіля для молоді: *žihadlo, žabkolap – auto na balení holek*.

Життя молоді поза навчальним процесом, як і життя будь-якої іншої верстви населення чи окремих осіб має чітку залежність від матеріальних засобів, тобто грошей. Існує велика кількість сленгових найменувань для позначення цього поняття від загально абстрактних (гроші) до конкретних кількісних (назви певної суми грошей). Наприклад: *chechtáky, love, lováče, money, prachy, šqarky, škvára, šišky, zrní, vata, voves, (peníze); šupina (mince), kavka (1 Kč), bůr, burák (5 Kč), pětka (10 Kč), půl sta, pajda, padik (50Kč), čento, kilčo (100 Kč), pětibába (500 Kč), tác, talíř, litroš, litr, kolík hadr (1000 Kč), třicetník (30 000 Kč), meloun, mega (1.000.000 Kč)*. Звичайно, найбільш вживаним в аналізованій лексико-семантичній групі є сленгізм *prachy*. Ця одиниця нелітературної мови настільки поширена у всіх сферах комунікації, що постійно вживається у інтернет ресурсах – тематичних форумах, блогах, соціальних мережах [5, 7]; використовується у назвах інтернет сайтів: [www.horkyprachy.cz](http://www.horkyprachy.cz), [www.levneprachy.cz](http://www.levneprachy.cz) [5]; для назв продуктів кіно індустрії, наприклад назва фільму *Snadný prachy* [6]; для рекламних слоганів, наприклад, у рекламі кредитних програм банків. Цікаву інформацію щодо сленгізму *prachy* подає нам Словник. Проаналізувавши походження лексеми, можемо зробити висновок, що вона імпортована у молодіжний сленг із актуальним збірним значенням *peníze* з арготичного *prach*. Ця лексема зафіксована у *Smolné knize mladoboleslavské*, датованій ще 1597 роком, у значенні *drobné peníze* [4, 299]. Молодіжна комунікація також багата сленгізмами тісно пов'язаними з поняттям гроші: це назви дій поєднаних з грошима - *vysolit, vytopit, zacvakat, zatahnout (zaplatit), berousek (výplata), namastit si kapsu (přijít k penězům), podhodit (půjčit peníze)* та предметів, зокрема, місця їх зберігання: *kešeň, klika, loveženka, mošnička (peněženka)*.

Географічні об'єкти теж представлені серед реалій загальноповсякденного молодіжного сленгу. Популярним назвам міст, місцевостей, будівлям та закладам притаманні сленгізми-відповідники, наприклад: глобальні – *100dolní (ostravská ulice, která nikdy nespí)*, *mě100 (centrum Prahy)*, *Šalínggrad (Brno)*. Цікавим є етимологія сленгізму на позначення міста Брно. Словник подає нам цю лексему із маркуванням *slang souč. mládeže*, крім того, завдяки спорідненому сленгізму *šalina*, утвореним скороченням питомого німецького *Elektrische Linie*, яке використовується користувачами сленгу на позначення трамваю, ми можемо зробити очевидний висновок про асоціацію, яку викликає Брно, а саме: місто трамваїв. [4, 355]. Різноманітні громадські місця та заклади теж отримують свої сленгові відповідники, серед них: *frc (zastavárna)*, *hospa (restaurace, hospoda)*, *kafíno (kafe)*, *kořalna (hospoda)*, *socka (MHD)*, *shop (obchod)*, *piškotěka*, *disko trysko (diskotěka)*, *voprúzov (škola) mouço*.

Ще однією чисельною тематичною групою реалій, яка широко представлена у найменуваннях чеського молодіжного сленгу є шкідливі звички, а саме: куріння, вживання алкоголю та наркотиків.

Так, зокрема, кожна із зазначених нами звичок оперує значною кількістю найменувань реалій з нею пов'язаних. Наприклад, на позначення цигарки побутують: *bago*, *brko*, *cígo*, *cigáre*, *dramo*, *džambaro*, *čvaňhák*, *máčka (cigarety Marlboro)*, *špalek*, *tuberka*, *válec*; лексеми на позначення процесу та засобів для куріння теж знаходять свою оцінку серед сленгових найменувань: *dramít*, *pukat (kouřit)*, *dát válec (zapálit si cigaretu)*, *páv (potáhnutí z cigarety)*, *fajrák (ohěň)*, *zapr*, *zipák (zpalovač)*, *přihraj jiskru (zapal mi)* [4].

Серед алкоголю найширше представлені найменування на позначення пива, що зумовлено національною традицією. Крім того, ми зафіксували також сленгізми для характеристики його різновидів: *bír*, *čůčo*, *pivrnc*, *pivíště (pivo)*, *lanýž*, *lachout (lahvové pivo)*, *gábina (gambinus)*; вино у молодіжному сленгу це: *šáňo*, *bublinky (šumivé víno)*, *božolé de jonatán (jablečné víno)*. Крім того побутують й інші сленгізми, що позначають назви алкогольних напоїв та коктейлів з них, наприклад: *hopsinka (broskvová vodka)*, *křídla (vodka+red bull)*, *lampa (velký panák alkoholu)*.

Чисельний лексичний прошарок у сучасній молодіжній комунікації складають сленгізми на позначення різноманітних нелегальних наркотиків. Поширеність таких одиниць опосередковано свідчить про проблему існування і поширення наркотичних засобів, а відповідно і наркотичної

залежності у молодіжному середовищі. Сленг наркоманів вміщує у собі декілька вужчих підсистем – його різновидів, а саме: сленг пов'язаний із вживанням марихуани та її похідних, галюциногенних препаратів та важких наркотиків [4, 37]. У кількісному вираженні найпоширенішим є сленг пов'язаний із марихуаною, що є закономірно, адже значна кількість молодих людей вважають марихуану та її похідні підвиди легальним наркотиком. Як приклад наводимо найбільш поширені сленгізми, які ми зафіксували: *kytka, brko, tráva (marihuana); káčko, koks (kokain)*, для останньої у Словнику також наявне значення (*peníze*) [4, 188]; *kedr (heroin); erko (rohypnol); ěčko (extáze); piko, peří (pervitin), halušky (halucinace); zboží (drogy)* [4].

Проаналізувавши виражальні засоби, які формують лексико-семантичну групу назв реалій життя молоді поза навчальним процесом можемо зробити такі висновки:

- цей шар лексики є загально-суспільно поширеним, чисельним і досить стійким, оскільки його носіями виступає велика кількість комунікантів, крім того, пояснити цю тезу можемо зважаючи на отримані нами результати, які на 90% співпадали при зборі практичного матеріалу шляхом анкетування;
- його виражальні засоби охоплюють значну частину побутових реалій, центром яких, в основному, є людина;
- словниковий склад аналізованої лексико-семантичної групи відображає ціннісні орієнтири сучасної молоді, а також опосередковано характеризує мовну ситуацію у суспільстві загалом.

Найбільш розповсюджені сленгізми даної тематичної групи, на нашу думку можна класифікувати як своєрідний універсальний сленг, їхній аналіз може стати предметом наших подальших досліджень.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. *Hubaček J.* O českých slenzích. – 2 vyd. – Ostrava, 1981;
2. *Podhorná-Polická A.* Univerzália ve slangu mládeže // Sborník přednášek z 8. konference o slangu a argotu konané v Plzni ve dnech 26.-27. února 2008. – Plzeň: Pedagogická fakulta ZČU v Plzni, 2008. – S. 67-71;
3. *Ецыклопедický slovník češtiny.* – Praha, 2002;
4. *Slovník nespisovné češtiny.* 2. rozšířené vydání. – Praha, 2006;
5. <http://www.seznam.cz/>;
6. <http://www.csfd.cz/film/273163-snadny-prachy/vidoa/>;
7. <http://www.pismak.cz/index.php?data=read&id=198321>.