

показую свою обізнаність із традиціями називання географічних об'єктів: ч → географічний об'єкт (ч → країна Нідерланди; назвою історичної області): *Спасибі тобі, Голландіє, за таку надійну авіакомпанію [...]* [ШЕ]; ч → географічний об'єкт (ч → місто Венеція; Сереніссіма – піднесена назва Венеції; італ. «найясніша, найсвітліша»): *[...] тому я кличу [...]* **о Сереніссіма!**. [АП] та у іншомовному написанні назви географічного об'єкта, наприклад: ч → географічний об'єкт (ч → місто Москва): *Даруй мені, дорога Moskau, я не прощаюся з тобою [...]* [ШЕ].

Цікаво, що чоловік, повертаючись у місто в Чечні, де колись був, окрім оніма, використовує номінацію адресата мовлення *старий*, акцентуючи на повторних відвідинах та знайомості з містом: ч → географічний об'єкт (ч → місто Моздок у Чечні): *Зрастуй, Моздок! [...] вибач, старий, я за тобою зовсім не скучив [...]* [ШЕ].

У внутрішньому мовленні у художньому тексті жінки звернення до інших країн побудовані на асоціаціях, тому, на нашу думку, можуть передавати звернення до осіб чи предметів, які викликали такі асоціації: ж → географічний об'єкт (ж → Америка; асоціація з альбомом картин художника українського походження із Америки): *Ну, гуд бай, Америка, кажу я і закриваю каталог.* [ПЗ, с. 91].

Зміна гендерних ролей у художніх текстах показала, що жінка звертається до країни від особи чоловіка через назву молитви євреїв «Слухай, Ізраїль»: ж : ч → географічний об'єкт: *Плачу, лементу, з яким рветься волосся з голови [...]* **Шма, Ізраїль, – слухай!..** [ЗМ].

Отже, проаналізовані номінації адресата внутрішнього мовлення у художньому тексті, а саме називання географічних об'єктів, показали гендерні розбіжності у виборі таких найменувань авторами-чоловіками та авторами-жінками. При зверненні до рідних адресантові територій чоловіки використовують нетипові емоційно забарвлені номінації, що вказують на зацікавленість справами державного рівня. У той же час жінки дотримуються традиційності у найменуванні України, що може свідчити про намагання жінки зберегти «домашні» традиції, тоді як поняття *домашній* може бути представлено й рідним містом, й Україною взагалі. Підтвердженням цієї думки виступає наявність звернень авторів чоловіків до інших континентів, країн та міст, тоді як жінка-автор не надає таким географічним об'єктам статусу адресата зверненого мовлення.

Література:

1. Гаврилашук О. Гендерний критерій психосоціальних особливостей вибору номінації адресата мовлення / Олеся Дмитрівна Гаврилашук // Психолінгвістика : [зб. наук. праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»]. – Переяслав-Хмельницький : ПП «СКД», 2011. – Вип. 8. – С. 94–100. – Бібліогр. : С. 99–100. – ISBN 966-8122-50-9.
2. Гаврилашук О. Класифікація адресатів внутрішнього мовлення у художньому тексті (гендерний чинник) / Олеся Гаврилашук // Молодий вчений. – 2015. – № 2 (17), лютий. – С. – (ISSN (Print): 2304-5809).
3. Скаб М. С. Граматика апеляції в українській мові / Мар'ян Скаб. – Чернівці : Місто, 2002. – 272 с.
4. Скаб М. С. Прагматика апеляції в українській мові : навч. пос. / Мар'ян Стефанович Скаб. – Чернівці : Рута, 2003. – 80 с. – Бібліогр. : С. 75–80. – ISBN 966-568-594-5.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

- АП** – Андрухович Ю. Перверзія : [Електронний ресурс] : [роман] / Юрій Ігорович Андрухович. – Режим доступу : <http://artemis.at.ua/load/9-1-0-85>
- АТ** – Антипович Т. Тіло і доля : [текст] / Тарас Антипович. – К. : Факт, 2008. – 160 с.
- БА** – Бойченко О. Аби книжка : [текст] / Олександр Володимирович Бойченко. – Чернівці : Книги – XXI, 2011. – 276 с.
- ДП** – Дністровий Анатолій, Пацки : [Електронний ресурс] : [роман] / Анатолій Дністровий ; спр. Анатолій Олександрович Астаф'єв. – Режим доступу : <http://www.librius.net/b/62097/read>
- ЗМ** – Забужко О. Музей покинутих секретів : [Електронний ресурс] : [роман] / Оксана Стефанівна Забужко. – Режим доступу : <http://lib.rus.ec/b/345223/read>
- КЗ** – Костенко Л. Записки українського самашедшого : [роман] / Ліна Костенко. – К. : А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2011. – 416 с.
- КП** – Карпа І. Полювання у Гельсінкі (Андрогінний інтерактив) : [Електронний ресурс] : [текст] / Ірена Ігорівна Карпа. – Режим доступу : <http://lib.rus.ec/b/138724/read>
- КБ** – Карпа І. Bitches Get Everything : [роман] : / Ірена Карпа. – Х. : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2008. – 240 с.
- МК** – Москалець К. Келія чайної троянди : [Електронний ресурс] : [текст] / Костянтин Вілійович Москалець. – Режим доступу : <http://lib.rus.ec/b/319916/read>
- ПЩ** – Пашковський С. Щоденний жезл : [роман] / Євген Володимирович Пашковський. – Львів : ЛА «Піраміда», 2011. – 424 с.
- ПЗ** – Пиркало С. Зелена Маргарита : [Електронний ресурс] : [роман] / Світлана Пиркало. – Режим доступу : http://chtyvo.org.ua/authors/Pyrkalo_Svitlana/Zelena_Marharyta
- ПоЗ** – Поваляєва С. Замість крові : [роман] / Світлана Вадимівна Поваляєва. – Л. : Кальварія, 2003. – 176 с.
- ШЕ** – Шкляр В. Елементал : [Електронний ресурс] : [роман] / Василь Миколайович Шкляр. – Режим доступу : http://www.e-reading.org.ua/bookreader.php/1003870/Shklyar_-_Elemental.html?gid=566591
- ШК** – Шкляр В. Ключ : [Електронний ресурс] : [роман] / Василь Миколайович Шкляр. – Режим доступу : <http://www.e-reading.org.ua/bookreader.php/1003869/Klyuch.html>

УДК 81'276.5-57.87:811.112.2

М. М. Гавриш,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ

«ШАБЛОННА КРЕАТИВНІСТЬ» ЯК ВИЗНАЧАЛЬНА ОЗНАКА РОЗВИТКУ НІМЕЦЬКОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

На прикладах з німецькомовного молодіжного сленгу показано, що значна частина нових лексем (свідомо) утворюється мовцями за певними структурно-семантичними та семантичними моделями/вразками, а саме явище тако-го «модельованого» словотвору пропонується називати «шаблонною креативністю».

Ключові слова: молодіжний сленг, мовний динамізм, шаблонна креативність, семантичне поле, структурно-семантична модель, семантична модель.

На прикладах із німецькомовного молодежного сленгу показано, що значительная часть новых лексем (сознательно) образуется говорящими в соответствии с определенными структурно-семантическими или семантически-

ми моделями/образцями, а само явлення такого «моделизованого» словообрання пропонується називати «шаблонною креативністю».

Ключевые слова: молодежный сленг, языковой динамизм, шаблонная креативность, семантическое поле, структурно-семантическая модель, семантическая модель.

Using examples from the German youth language the author shows that the bigger part of lexemes of adolescent speakers is (consciously) built on certain structural-semantic and semantic models/patterns and proposes to term such modeled word formation as «pattern creativity».

Key words: youth language, language dynamics, pattern creativity, semantic field, structural-semantic model, semantic model.

Мовний динамізм, що уможливується здатністю мовних знаків до змін (інтралінгвальний чинник) та спричиняється впливом людського фактору (екстралінгвальний чинник), привертає все інтенсивнішу увагу мовознавців, адже студії у цьому руслі сприяють глибшому проникненню у сутність та прояви комунікативної функції мови, полегшують розуміння мовленнєвих продуктів (текстів, висловлювань), і особливо на міжкультурному рівні, та створюють підґрунтя для прогнозів щодо подальшого розвитку мовних підсистем.

Особливо цікавим лінгвістичним феноменом у цьому контексті є молодіжний сленг, «словник» якого знаходиться в процесі постійних змін і оновлення і який, не дивлячись на свою «прив'язаність» лише до обмеженої кількості носіїв мови, займає в мовному просторі свою помітну нішу, є його повноцінним елементом [1]. Саме тому вивчення специфічних рис та особливостей функціонування молодіжного сленгу, який матеріалізує смаки і уподобання молодого покоління, яке незабаром стане активним учасником суспільного розвитку, також не залишається поза увагою мовознавців.

Які ж чинники обумовлюють швидку мінливість «сленгового словника» молоді? В усіх культурно-мовних просторах вони уявляються схожими або й однаковими. У деяких випадках – це прояв молодіжного незадоволення і протесту проти певних суспільних явищ, але в цілому – це результат *орієнтації на змагання та розвагу* [2, с. 36], *максималізму* та прагнення засвідчити *приналежність до певного мікросоціуму*. Ці мотиви призводять до того, що молоді люди, прагнучи досягти оригінальності і продемонструвати таким чином власну мовленнєву розкутість, особистий «творчий потенціал», знаходяться фактично у постійному пошуку нових мовленнєвих засобів, які мають відрізнитися від усталених норм, зокрема, нехтуванням табу, недоречною образністю, іронією тощо, оскільки в молодіжному середовищі чинними нерідко вважаються соціальні та мовленнєві норми, що відхиляються або й значною мірою відрізняються від стандартів «дорослого світу».

Наслідком таких зусиль є помітна перевага стилістично знижених слів з *негативною конотацією*, адже їх утворення не передбачає «закриття» якоїсь номінативної лакуни, а має на меті насамперед викликати захоплення та подив співрозмовника неповторністю, особливо експресивно-емоційною забарвленістю. Отже, кожне нове сленгове слово – це, як правило, результат *креативності* автора, його особистої оцінки певної людини, предмету, явища, яка може коливатися в діапазоні від дружньо-іронічної до презирливо-принизливої.

Дійсно нові лексеми, як свідчать статистичні підрахунки, з'являються у цьому процесі відносно рідко, переважна ж частина «молодіжних неологізмів» – це продукт семантичної, структурної або структурно-семантичної трансформації / модифікації вже існуючих лексичних та фразеологічних одиниць або запозичення лексем з інших мов.

З іншого боку, наші дані та висновки інших дослідників доводять, що найрозвиненішими *семантичними полями* молодіжного сленгу є «людина» (з підгрупами «зовнішність», «розумові здібності», «характер»), «дозвілля», «житло» та «одяг», тобто це ті тематичні сфери, які домінують в повсякденному молодіжному спілкуванні та закономірно представлені найчисленнішими групами лексичних знаків.

Зазначені вище спостереження щодо тенденцій функціонування та розвитку молодіжного сленгу і обумовили проблематику та мету пропонованої статті, яка концентрується на німецькомовному лексичному матеріалі і передбачає висвітлення одного з шляхів невинного поповнення сленгового словника, а саме *утворення нових слів за певними структурно-семантичними та семантичними схемами / зразками*. 75 аналізованих одиниць виокремлено шляхом суцільної вибірки з трьох новітніх словників мови молоді Німеччини, Австрії та Швейцарії [3; 4; 5], відносяться вони до *найчисельнішої* семантичної підгрупи «розумові здібності людини» і мають яскраво виражене негативне значення «дурень» (іменники – Dummkopf, Blödmann, (Voll-)Idiot, (sehr) dumme Person, Depp, Trottel) або «дурний» (прикметники – dumm, blöd, bescheuert, doof, idiotisch, verrückt). (Як свідчать словникові пояснення, німецька розмовна мова дорослих також пропонує багаті можливості для матеріалізації вказаної семантики.)

Перспективність вивчення некодифікованої (а в нашому випадку ще й загально-грубо-фамільярної) лексики полягає в тому, що вона відображає характерні риси і тенденції живого усного мовлення молоді та розкриває соціально-культурний контекст, відповідно до якого необхідно сприймати та розуміти одиниці молодіжного лексикону, чим і обумовлюється актуальність та доцільність такого роду досліджень.

Отже, пропонований аналіз концентрується на розвиненішому семантичному полі німецькомовного молодіжного сленгу та найпоширенішому джерелі виникнення німецькомовних сленгових неологізмів – творчому використанні вже наявних мовних засобів шляхом їх нового (нетрадиційного / гротескного) комбінування та переосмислення (метафоризації) на основі *певних шаблонів / моделей*, яким в актах молодіжного спілкування притаманна повторювана продуктивність. З цього узагальнення логічно випливає можливість поділу моделей (схем) молодіжного лексикотворення на структурно-семантичні та семантичні.

Структурно-семантичні моделі – це утворення нового слова з наявного лексичного матеріалу з опорою на певний формальний шаблон, в результаті чого відбувається а) посилення конотативного потенціалу семантики головної висхідної лексеми або б) виникає нова семантика, відмінна від значень базових слів.

В аналізованій семантичній сфері «дурень» найбільша продуктивність для утворення нових іменників характерна для моделі *прикметник + іменник*, який у більшості випадків має в молодіжному сленгу значення «дурень», «ідіот» (1); найчастіше ця можливість реалізується двома шляхами:

1.1: *прикметник voll + іменник (із значенням «дурень»):* Vollpfosten [4, с. 157; 5, с. 126], Vollhorst [3, с. 146], Vollotto [3, с. 146];

1.2: *прикметник hohl + іменник (із значенням «дурень»):* Hohlpfosten [5, с. 60], Hohlpörke [5, с. 60]. (В мережі Інтернет зустрічається також Hohlblimse.)

Таким чином, ця модель не призводить, як правило, до виникнення нових лексем (нова форма + нове значення), а служить лише для посилення негативної конотації семантики «дурень», чому сприяє значення лексем voll («повний») та hohl («пустий»).

Нові ж іменники утворюються молоддю шляхом об'єднання в одній формі двох слів, зазвичай широко вживаних в літературній мові іменників з конотативно нейтральною семантикою: *іменник (прикметник, числівник) + іменник* (2), результатом метафоричного переосмислення якої стає значення 'дурень': Hasenhirn [5, с. 57], Birnenpflücker [5, с. 20] чи Flachbrezel [4, с. 53]. Більш яскраве конотаційне забарвлення отримують, однак, іменники, що базуються на комбінації протиставлення фактично несумісних слів; їх незвичний «внутрішній образ», що ґрунтується на очевидному протиріччі, посилює емоційно негативну, іронічно (чи й гротескно) несмішлему складову конотації: Intelligenzallergiker [5, с. 63], Intelligenzparodist [5, с. 63], Teilzeitdenker [5, с. 18] чи Evolutionsbremse [4, с. 47; 5, с. 38].

Поява нових прикметників із значенням 'дурний' також уможливорюється двома структурно-семантичними моделями:

3: *іменник Hirn + прикметник* (словоскладання): hirnblind [5, с. 59] чи hirschwanger [5, с. 59] (тут семантичний ефект результує з логічної несумісності компонентів) та

4: *іменник* (із значенням 'дурень') + *суфікс -ig* (суфіксація): spastig (від Spast) [5, с. 107] або pfostig (від Pfosten) [5, с. 92].

Семантичні ж моделі – це розвиток полісемії певних груп лексем, тобто розширення насамперед денотативно-сигніфікативної складової їх семантики за рахунок значення 'дурень'. У цьому контексті можна виокремити такі можливості семантичних трансформацій:

1: негативне переосмислення (вже непопулярних) частіше всього німецькомовних власних імен: Claudia [5, с. 29], Horst [5, с. 61], Jockel [5, с. 64] або Jonny [5, с. 64]. Складатися враження, що саме цей прийом користується особливою популярністю в середовищі німецькомовної молоді – з будь-якого старого поширеного імені молодіжний сленг робить синонімом до слова дурень;

2: негативне переосмислення лексем, що позначають стан / статус особи або її характеристики. Семантично такі слова дають підстави («наштовхують») до їх трансформації в синонімічний ряд 'дурень': Patient [5, с. 91], Opfer [3, с. 102], Horcht (пряме значення 'dicker Mensch') [5, с. 61] або besoffen [5, с. 18];

3: негативне переосмислення лексем, що позначають предмети на основі їх певних (негативних) якостей, характеристик: Lauch (innen hohl) [3, с. 86; 5, с. 74], Schlüpper (nicht attraktive Unterhose) [5, с. 107] чи Eierfeile (braucht kaum jemand als Werkzeug) [4, с. 42].

Представленого, хоча й доволі обмеженого кола прикладів достатньо, щоб констатувати, що молодіжний сленг – як мовленнєва варіативність з високою динамікою – постійно й креативно використовує можливості мовної системи для утворення нових лексем. Джерелами запозичень для подальшої «сленгової стилізації» можуть бути літературна та розмовна мова, мова сучасних засобів масової інформації, які також прагнуть до неповторності та життєвої близькості, та сам молодіжний сленг.

В основі цього процесу лежить, однак, не необхідність позначення нових денотатів, а «непоборне» прагнення молоді засвідчити власну своєрідність, заявити про себе як у власному мікросоціумі, так і по відношенню до інших соціальних груп, в тому числі і шляхом своєї особливої, *нестандартної, експресивно-емоційно забарвленої мовленнєвої поведінки*. Молодіжний сленг можна трактувати, таким чином, не тільки як *найдинамічніший* прошарок незафіксованої в традиційних тлумачних словниках лексики, але й як *ідентифікаційну* ознаку певного покоління чи й певної групи молоді.

Наслідком мовленнєвої креативності молодих людей – чи з врахуванням факторів змагальності, максималізму, оригінальності скоріше їх *примусу до креативності* – є розвинена *синонімія* молодіжного сленгу. Як свідчать цитовані приклади семантичної сфери 'дурень', практично всі сленгізми позначають широко відомі й частотні предмети, явища та інші аспекти молодіжного буття і спілкування, що призводить до формування рядів не понятійних синонімів, а синонімів, які на початковому етапі відрізняються лише конотативною складовою і з часом можуть стати рівноцінними заміниками один одного.

Таким чином, в плані утворення (придумування) все нових слів (та й фразеологізмів) для досягнення яскравої, неповторної образності та інших комунікативних ефектів *мовленнєва креативність* молодих людей фактично не знає меж і може вважатись однією з домінуючих ознак молодіжного сленгу. З іншого ж боку, новоутворення, як підтверджує наш матеріал, в численних випадках виникають за певними усталеними й популярними схемами – структурно-семантичними або семантичними моделями, які утворюють підґрунтя для трансформацій форми та значення висхідних лексичних одиниць. Саме такий «модельований» словотвір ми й називаємо «шаблонною креативністю» і з огляду на його помітну частотність вважаємо, що це є вагомим аргументом трактувати шаблонну креативність як одну з визначальних характеристик німецькомовного молодіжного сленгу.

Література:

1. Василенко Ю. Молодіжний сленг / Ю. Василенко. – Львів. – Режим доступу : http://www.franko.lviv.ua/faculty/jur/Internet/PART-6_11.htm.
2. Deppermann A., Schmidt A. Hauptsache Spaß – Zur Eigenart der Unterhaltungskultur Jugendlicher / Amulf Deppermann, Axel Schmidt // Der Deutschunterricht. – 2001. – Nr. 6. – S. 27–27.
3. Jugendsprache unplugged 2009: Deutsch – Englisch – Spanisch – Französisch – Italienisch. – Berlin und München : Langenscheidt KG, 2009. – 155 S.
4. Jugendsprache unplugged 2013: Deutsch – Englisch – Spanisch – Französisch. – Berlin und München : Langenscheidt KG, 2013. – 168 S.
5. Wörterbuch der Jugendsprache. – Stuttgart : PONS GmbH, 2012. – 138 S.

УДК 811.1'25-115(045)

О. В. Гаргаєва,

Маріупольський державний університет, м. Маріуполь

ПРОБЛЕМА КЛАСИФІКАЦІЇ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

У статті описуються на аналізуються існуючі типи класифікацій безеквівалентної лексики у різних галузях мовознавства, зокрема зіставного мовознавства, теорії та практики перекладу, лінгвокраїнознавства. Виявлено основні принципи та підходи, спільні категорії та розбіжності в існуючих класифікаціях. Аналіз здійснено з метою подальшого складання класифікації безеквівалентної лексики новогрецької мови.

Ключові слова: безеквівалентна лексика, класифікація, мовознавство, теорія та практика перекладу, лінгвокраїнознавство.