ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Лелюк Л. С.
(Сумський державний університет)
Науковий керівник - викладач Дорда В. О.

Сленг - це слова, які часто розглядаються як порушення норм стандартної мови. Це дуже виразні, іронічні слова, що служать для позначення предметів, про які говорять в повсякденному житті.

Сам термін "сленг" в перекладі з англійської мови означає: 1) мова соціально або професійно відособленої групи в протилежність літературній мові; 2) варіант розмовної мови (також і експресивно забарвлені елементи цієї мови).

На проблему виділення або невиділення сленгу з ряду інших і як поняття і як термін у вітчизняних мовознавців існує кілька точок зору. І. Р. Гальперін в своїй статті "Про термін *сленг*", посилаючись на невизначеність цієї категорії, взагалі заперечує її існування. Береговська Є. М. виділяє понад 10 способів утворення функціональних одиниць сленгу, тим самим підтверджуючи тезу про постійне оновлення словникового складу сленгу.

Деякі дослідники вважають, що термін сленг застосовується в двох значеннях: як синонім жаргону (але стосовно до англомовних країнах) і як сукупність жаргонних слів, жаргонних значень загальновідомих слів, жаргонних словосполучень, що належать за походженням до різних жаргонів і стали, якщо не загальновживаними, то зрозумілими досить широкому колу.

Вчені сходяться на тому, що головним чинником, що обумовлює зростаючу популярність сленгу, стали ЗМІ. Зокрема, відзначається новий феномен вільного використання сленгу не тільки «жовтою» (таблоїдною, бульварною) пресою, але і загальнонаціональною (державною, приватною).

Редакційні статті є в певній мірі проміжним явищем зі штампом як газетного, так й публіцистичного стилю.

Оскільки основна функція публіцистичного стилю - поширювати інформацію, тільки друковані видання, які мають це за мету, підлягають саме публіцистичному стилю.

"Англійський газетний стиль може бути визначений як система взаємопов'язаних лексичних, фразеологічних і граматичних засобів, які сприймаються спільнотою, яка розмовляє цією мовою, як окрема єдність, яка в основному служить для інформування та інструктажу читача".

Елементи, що складають друковані видання можуть бути класифіковані як: 1) стисле повідомлення та комюніке; 2) газетні повідомлення (парламентські, судового розгляду, і т.д.); 3) статті чисто інформаційні за своїм характером; 4) реклама та оголошення.

Після розгляду ряду американських газет і журналів і перегляду 100 прикладів можна розділити їх за видами стосовно тому, які видання та газетні статті зустрічались, а саме: світська хроніка, звістки, кримінальні звіти, редакційні статті на політичні теми, звіти, передові статті з соціальних проблем та звіти про спорт. Стало очевидно, що більшість жаргонних слів (46%) знаходиться в світських хроніках.

Було визначено, що причини для використання сленгу в сучасній пресі як правило, діляться на дві основні категорії:

• загальні причини (використання сленгу в багатьох типах статтей):

1) те, про що йдеться в певному типі статті, напр.: приватне життя відомих людей - *Mariah gonged in Hong Kong*;
2) використання цитат, напр.: *In this long process, it took us a year and a half of the hardest work to begin to look like we didn't give a s---, which is what a movie needs*;
3) намір додати імплікацію, напр.: *Bush launches an of-fence-ive;*
4). намір заощадити час та простір, напр.: *a 3-and-2 count*
5) намір додати гумористичного ефекту, напр.: *For a big crane-smashes-into-a-skyscraper-office, Howard was attached to a zip line and hoisted five stories aloft*;
6) намір створити відносини «автор-читач», напр.: *She is running for president and don't much care if she interrupts*.

• особливі причини (використання сленгу, специфічні для одного типу статей):

1) деякі поняття залучають більше сленгових слів і виразів, ніж інші, напр. світська хроніка;
2) необхідність в синонімах, щоб висловити думку про вбивство, напр. кримінальні звіти;
3) необхідність в евфемізмах під час обговорення делікатних тем, напр. кримінальні звіти;
4) намір показати, що політики є такі самі прості люди, що й читачі, напр. передові статті на політичні теми;
5) намір створити саркастичний тон, напр. передові статті про соціальні проблеми;
6) відображення іронічного ставлення автора, напр. передові статті про соціальні проблеми.

Отже, сленгові слова, будучи дуже сильними за змістом і за стилістичним забарвленням і маючи можливість впливати на читача, цілком підходять для використаня в редакційних статтях.