

Мирослава Шевченко

Київський національний університет ім. Т. Шевченка

РОЗМОВНА ЛЕКСИКА В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ МОВЛЕННІ ТА ЇЇ МІСЦЕ У ВИКЛАДАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

Іноземний студент, який має на меті наблизитися у володінні українською мовою до рівня носія, повинен розуміти будь-який текст, написаний літературною українською мовою, більш-менш повно висловлювати свої думки, давати оцінку подіям, що відбуваються в дотичних до його життя галузях, розв'язуючи таким чином комунікативні задачі. «Специфіка комунікації того чи іншого етносу здебільшого визначається тим національно-культурним змістом, який входить у комунікативну компетенцію його представників. У зв'язку з цим знання власне вербального коду, тобто мови, і правил її використання виявляється недостатнім для успішного спілкування між представниками різних лінгвокультурних спільнот» [2, с. 41]. Слабке володіння одним із комунікантів знаннями про культуру іншого є головною причиною невдач у міжкультурній комунікації, оскільки саме до цих знань мовець прямо чи опосередковано звертається у своєму мовленні. Вони закріплюються в семантиці мовних одиниць, у правилах організації і в змісті вербальної і невербальної поведінки мовленнєвої особистості.

Кожна мова має свої «культурні звички», за допомогою яких відтворюється картина світу, що втілюється у словах, вчинках, предметах, цінностях, перевагах. «Дійсна й об'єктивна картина світу відображена в мовах неоднаково. Різні мови неоднаково відображують навколишній світ (лексико-семантичне наповнення у різних мовах неоднакове) з огляду на нетотожні умови матеріального й суспільного життя людей» [7, с. 329]. Читаючи україномовний публіцистичний текст, студент-іноземець підсвідомо порівнює дві лінгвокультурні спільноти – свою і чужу, і розбіжності зумовлюють складність розуміння.

Використання сучасних публіцистичних текстів різних жанрів у процесі навчання української мови як іноземної сприяє створенню диференційованих навчально-комунікативних ситуацій, які більш повно відображають стан української літературної мови і особливості її функціонування у сучасних умовах. Тексти засобів масової інформації

становлять особливу сферу формування мови, в якій відбуваються процеси, що не тільки «відбивають мовленнєву ситуацію взагалі, а й впливають на структуру мовної системи» [1, с. 135]. Нова комунікативна орієнтація лінгводидактики надала не лише «нових імпульсів вивченню культури і проблеми мовної особистості, але й дозволила у новому ключі розглядати газетні тексти як джерело соціокультурної інформації, яка імплікує загальнонаціональну культуру з її морально-етичними, естетичними цінностями і багатовіковими традиціями, що сприяє створенню міцної мотиваційної бази навчання іноземних студентів на основі мови преси, а також визначає комунікативно-прагматичну спрямованість освітнього процесу [9, с. 193].

За останні десятиліття українські вчені активно досліджували тенденції розвитку публіцистичного мовлення (В. С. Ващенко, С. Я. Єрмоленко, А. І. Мамалига, О. Д. Пономарів, О. А. Сербенська, Т. А. Коць та інші), проте спеціальної праці, присвяченої лінгводидактичному описові мови засобів масової інформації, поки немає. Це зумовлює актуальність і основні напрямки дослідження.

У наш час розуміння іноземними студентами газетних текстів ускладнене дестандартизацією, поліфункціональністю і багатожанровістю мови друкованих видань, які виявляються у широкому використанні стилістичних варіантів, у різноманітності тем і жанрів газетних публікацій, а також у неоднорідному стилі газетно-публіцистичного мовлення. Для сучасної української публіцистики властиве активне вживання лексики, характерної для розмовного мовлення представників різних соціальних груп, оскільки «жива мова щоденного спілкування належить до найбільш динамічних структур, що чутливо реагує на зміни в суспільно-політичному житті й культурі народу і характеризується найбільшою відкритістю до інновацій та змін» [6, с. 58]. Розмовна лексика має широке призначення в публіцистичних текстах: вона здійснює експліцитний вплив на читача, створює емоційно-експресивний ефект публікації, надає висловлюваному відтінків іронії, фамільярності, негативного ставлення до зображуваного. Але саме цей шар лексики важко або повністю не сприймається іноземними читачами, оскільки до його складу входять стилістично-марковані / розмовні мовні одиниці, які не завжди знаходять відображення у словниках.

Характерною особливістю сучасних публіцистичних текстів є поєднання книжної і розмовної лексики. Змішування стилів нерідко зустрічається навіть у статтях на політичні, економічні теми в серйозних

виданнях, таких як «Урядовий кур'єр», «Україна молода» та «Голос України»: *У пошуках **бакса**: в Україні дешевшає національна валюта. «Із самого ранку продавець на ринку тільки один – «Ощадбанк». Усі купують у нього», – повідомив учасник торгів. Готівковий ринок на ці події відреагував миттєво – щоденними рекордами вартості «зеленого»* (Україна молода, 6 вересня, 2012). *Сьогодні пробитися в мережі супермаркетів з нашою фермерською продукцією – зась: потрібно платити вступний внесок від 10 до 100 тис. грн. та інші платежі* (Урядовий кур'єр, 12 жовтня 2011). Можна помітити певну лексичну різноманітність наведених текстів, у які вплітаються найрізноманітніші в тематичному і стилістичному плані слова: і загальноживані, і терміни, і запозичення, і слова високого стилістичного забарвлення, і розмовні, жаргонні елементи. Але це не означає, що публіцистичний стиль «всепоглинаючий» або що розмовна лексика становить його основу. Просто існування розмовного мовлення «у двох тональностях – серйозній і жартівливій» [3, с. 27] дозволяє авторам газетних текстів уникати суворості узусу, досягаючи таким чином невимушеності спілкування з читачем. Але зрозуміти жарт чи розгадати мовну гру може людина, яка вирізняється високим ступенем володіння літературною мовою, а іноземцеві досить часто не вистачає знань чи досвіду «дешифрування» таких елементів.

Сьогодні дуже важливим завданням є створення навчального курсу, основою якого буде такий мовний матеріал, що забезпечить можливість виходу іноземному студенту в реальну комунікацію і міститиме, зокрема, розмовну лексику. Олена Андріївна Земська вважає, що «при вивченні розмовного мовлення необхідно встановлювати типові для сучасного суспільства ситуації, у яких воно виявляється» [3, с. 15], але в газетах частіше за все зустрічаються розмовні елементи, не пов'язані з типовими ситуаціями. Наприклад: *Господарі «зіркового» бізнесу у Києві планували непогано заробити під час Євро-2012* (Газета по-українськи. 26.07.2012). Йдеться про власників 5- і 4-зіркових готелів, хоча частіше «зірковим» називають шоу-бізнес, через те що в ньому обертається величезна кількість «зірок» – популярних виконавців.

Спробуємо проаналізувати деякі часто вживані в газетних текстах розмовні номінації.

1. Назва особи – скорочення від прізвища чи імені, сприймаються читачами як звичайні, оскільки їхні носії – відомі діячі в Україні. Так, футболіста Андрія Шевченка дуже часто називають Шева:

За даними з близьких до гравця джерел, **Шева** підписав попередній контракт із найбільш титулованим американським клубом MLS «Ді Сі Юнайтед», інших гравців збірної з футболу: У СаШо (Олександра Шовковського) – *сашимі*, Тимо (Анатолій Тимошук) з шиком у Еміратах (Українська правда. 25.06.2012). Свою дочку Євгенію Юлія Тимошенко в дитинстві називала Жужа, а тепер це ласкаве ім'я активно використовують журналісти, особливо в Інтернет-виданнях: *Отже, в Україні можна говорити про нову принцесу української політики. Принцесу, яку в народі лагідно називають Жужею. І поки не сприймають серйозно* (Вголос. 30.07.2012).

2. Метонімічні номінації, пов'язані з назвою країни, де відбувалася війна, в якій українці брали участь, чи ліквідацією наслідків аварії на Чорнобильській АЕС: **Чорнобильці** й **афганці** будуть контролювати виконання державою положень меморандуму, згідно з якими зберігаються їхні пільги (Українська правда. 3.11.2011); номінації, пов'язані з членством в українських партіях: Яценюку дорікають, що йде війна, а він, **«фронтовик»**, боїться окопів (УНІАН. 7.09.2012), **Екс-бютівці**, а нині палкі **ударівці**, нарешті продемонструють себе тернополянам (ukr.net. 6.08.2012), **«Фронтовики»**, мовляв, позахоплювали керівні посади, але не мають ні досвіду **«бютівців»**, ані, схоже, ентузіазму до розгортання реальної агітації (Тиждень. ua. 10.08.2012).

3. Назви осіб за професією, за суспільно важливою діяльністю, за родом занять, не вживані в кодифікованій мові, що утворюються за допомогою продуктивних суфіксів. На думку Є. Карпіловської, «у масиві номінацій, які поповнюють нині український лексикон, переважає похідна лексика» [5, с. 161]. Наприклад: *Нещодавно вступив в силу закон, згідно з яким розмови водіїв з **дайшниками** дозволяється фіксувати на відео* (tsn.ua. 19.10.2011), *На думку і самих **піарників**, і рекрутингових компаній, ситуація з **«бездипломниками»** триватиме ще щонайменше три-чотири роки, тобто стільки необхідно для формування самого ринку PR-послуг і появи покоління, яке навчає* (Галицькі контракти. Грудень 2003), *Такий собі інформаційний фаст-фуд у розрахунку на недостатньо досвідчених чи нерозбірливих **«журналюг»*** (Тиждень. ua. 10.08.2012); часто в тексті автор зазначає не лише професію особи, її партійну належність, а й стат'я: *Завдяки Бахтєєвій (**«регіоналка»**, голова комітету ВР з питань охорони здоров'я. – УП), у мене за цей час склались прекрасні стосунки з людьми* (УП. 5.09.2012).

4. Номінації з відносними прикметниками, у яких прикметник виражає ставлення до предмета, проте його зв'язок із означуваним іменником не є типовим і виникає лише в цій конкретній ситуації: *По «березняківській справі» триває службове розслідування.* – Перед Євро 2012 на Березняках спалили табір циган (УП. 5.09.2012), *Працівники заводу «Арсенал» запевняють: є й «космічні» замовлення* (УП. 4.09.2012) – часто в розмовному мовленні прикметник «космічний» має значення «дуже великий, велетенський», але в цьому контексті «космічні замовлення» пов'язані з виробництвом воєнної і космічної продукції; *Закон передбачає всього два дні на повідомлення, а якщо врахувати вихідні і свята, дозвіл на «вуличну» реакцію громадськості може затягнутися на тиждень* (Голос України. 6.09.2012) – «вулична реакція» – мирна акція протесту.

5. Номінації-конденсати, утворені від номінацій-словосполучень, які стислися в одне слово: *Контролери української демократії фінансових проблем не мають, але «мажоритарку»* (мажоритарний округ) *відпрацювати не зможуть* (Голос України. 6.09.2012), *До багатоповерхівки* (багатоповерховий будинок) *на вулиці Петра Слинька, зруйнованої позавчора потужним вибухом, уже підвозять будівельну техніку* (Голос України. 6.09.2012). *У Дніпровському районі Києва з'явилася скульптура «Ромашка» – перший арт-об'єкт із серії запланованих відкриттів на Лівому березі. Отож тут буде власна «Пейзажка»* (Пейзажна алея) – як уже відомо на Правому березі (Голос України. 5.09.2012).

6. Субстантиви, що нерідко зустрічаються у розмовному мовленні, у публіцистичних текстах використовують не так часто, проте можна досить чітко виокремити певні види транспонування прикметника в іменник, які вимагають особливих обставин. Для синтаксичного переходу прикметника в іменник потрібна вихідна одиниця-конструкція – субстантивне словосполучення, в якому опорним виступає іменник, а залежним – прикметник, який транспонується. Як номінативний засіб вживається тільки прикметник, що став у мовленнєвому контексті репрезентантом всієї субстантивно-ад'єктивної структури і використовується у відповідній іменній позиції, наприклад: *«Удар» звинувачували в тому, що це проект Банкової.* (gazeta.ua.5.09.2012), *Днями податкова «порадувала» громадян однією вельми цікавою ініціативою – зробити обов'язковою для всіх подачу декларації про доходи* (tsn.ua.5.06.2012). Порівняймо: *Тренером «Динамо» стає Олексій Михайличенко. Один з найкращих*

напівзахисників в історії команди виграє з **«біло-блакитними»** два чемпіонських титули у якості наставника. **«Біло-сині»** (футболісти «Динамо» (Київ) програють чемпіонську гонку і влітку 2005 року, коли команду очолив Леонід Буряк (blue.kiev.ua). Ми йдемо в політику, бо надії і сподівання українців не виправдали ні **помаранчеві**, ні **біло-сердечні**, ні **біло-сині** (члени Партії регіонів) (tsn.ua.20.08.2012). Важливо, що такі частиномовні перетворення не завжди закріплюються в системі мови, а, таким чином, спрямовані у мовлення.

7. Жаргонізми – номінативні одиниці, що представляють кримінальний, молодіжний і професійний соціолекти. Газетно-журнальна практика жаргонного слововживання завжди на крок попереду найсучаснішого словника відповідної лексики. «Окремі слова жаргонного походження, стаючи ключовими одиницями сучасного дискурсу, змінюють свій лінгво-прагматичний статус, суттєво поповнюючи перелік лексичних значень слова, корегуючи набір мовних властивостей, притаманних їм у загальномовній структурі. Описана мовна реальність ще раз підтверджує спостереження про те, що сучасна мовна естетика дедалі більше тяжіє до зниженої розмовності, експресивності, і аж ніяк не до рафінованої літературної норми. Усе більш очевидним, на наш погляд, стає той факт, що літературна мова, якою б великою не була її значимість у цивілізованому розвитку етносу, не може заповнити собою весь сучасний функціонально-мовний простір» [8, с. 3]. Наприклад: *Щоправда, сам даїшник говорив про «підставу» з боку громадських активістів і збирався оскаржувати своє звільнення* (tsn.ua. 19.10.2011), *Українські виші не дотягли за репутацією до поважного рейтингу Times* (УП.5.09.2012), *Влада «впала на мороз», «Трусилу», до речі, не тільки їх, а й офіси деяких європейських покупців* (Україна Молода. 6.09.2012).

Сленгові одиниці вживаються у молодіжних рубриках газет на тему комп'ютерного забезпечення, шоу-бізнесу, суспільного життя, політики. Проте виникає закономірне запитання: «А чи так необхідно вивчати жаргонні чи сленгові одиниці іноземним студентам?». Однозначно відповісти на нього важко, бо багато залежить від контингенту студентів, ступеня володіння українською мовою та ін. Імовірно, що лексика такого характеру не повинна ставати основою мовлення студентів, але може бути введена до пасивного словника, що забезпечить їм розуміння текстів ЗМІ, які містять розмовні і, зокрема, жаргонні та сленгові елементи.

Діяльність викладача української мови як іноземної пов'язана із метою забезпечення входження іноземного студента у соціальний світ мови, що вивчається, «його продуктивну адаптацію у цьому світі» [4, с. 1], занурення у мовне середовище. Мовне середовище – провідний фактор, що стимулює інофонів до опанування українською мовою у різних її формах та виявах. В Україні, зокрема у Києві, мовне середовище має свої особливості, у зв'язку з чим немалою проблемою є специфіка викладання української мови в умовах спорідненої двомовності, при якій інофонів необхідно навчити розуміти почуте, читати й писати українською мовою, тобто користуватися мовою з комунікативною метою, як в україномовному, так і в російськомовному оточенні, а також в умовах суржику. Труднощі, що виникають у студентів-іноземців, пов'язані з варіативним мовним уживанням, зумовили потребу розробки комплексу вправ і завдань, який не тільки наблизить їх до рецепції сучасних публіцистичних текстів у цілому, але й навчить знаходити, «відчувати» в них розмовні елементи. До комплексу повинні входити завдання підготовчого типу, які передбачають осмислення навчального матеріалу для подальшого формування мовленнєвих умінь (мовні вправи, спрямовані на вдосконалення уміння розпізнавати розмовні елементи, і умовно-мовленнєві вправи, спрямовані на формування уміння самостійно аналізувати ці явища в публіцистичних текстах); завдання стереотипно-ситуативного типу і варіативно-стереотипного типу, після яких студент може виконувати власне комунікативні вправи.

Як зразок розглянемо статтю (у скороченому вигляді), опубліковану УНІАН 26 квітня 2012 року.

Таксомотори в законі, або «Наші люди у таксі взагалі не їздять»

«Наші люди в **булочну** у таксі не їздять», – говорила героїня відомої комедії. Можливо, невдовзі її фраза звучатиме інакше: «Наші люди у таксі взагалі не їздять», бо це їм **не по кишені**. І для такого прогнозу є підстави. Минулого тижня кілька громадських організацій заявили про проведення акцій протесту проти монополізації ринку перевезень таксомоторів.

Прибрати з ринку більш як половину його учасників у будь-якій галузі досить просто – потрібно всього лиш оголосити про запровадження нових, суворіших правил гри. У випадку з перевезеннями таксомоторів це можна зробити в рамках

боротьби з перевізниками-**нелегалами**, прийнявши відповідний закон. У Києві, зокрема, план полягає в організації великих підприємств таксомоторів, де буде офіційно **прилаштовано** таксистів і запроваджено спеціальні вимоги до автопарку. Можливо, всі машини пофарбують в один колір, напевно, зелений. Крім того, в машинах встановлять лічильники, тому тариф на послугу стане чітко фіксованим і ціни **кусатимуться**, бо вартість послуги залежатиме не від домовленості з водієм, а від відстані. Також у законопроекті випишуть норму про те, що правила роботи перевізників таксомоторів встановлюватиме місцева влада. Закон же повинен створити передумови для виведення ринку «з тіні», надавши, зокрема, право **даїшникам** перевіряти всіх перевізників, а не тільки юридичних осіб. **Бомбилам** буде сутужно. Відкрите питання і з **парковками**.

Студентам запропоновано виконати такі завдання (тут їх не розділено на передтекстовий, текстовий і післятекстовий етапи):

1. Прочитайте назву тексту і спробуйте визначити його основну тему.
2. Визначте ключові слова і словосполучення тексту, вкажіть, чи належать вони до кодифікованої мови.
3. Складіть ланцюжок із основних фактів тексту, у яких ключові слова були б пов'язані за змістом.
4. Назвіть і випишіть із тексту слова, які можна використати як опору під час обговорення теми, що висвітлюється в тексті.
5. Визначте стилістичні особливості текстового уривку.
6. Випишіть із тексту розмовні одиниці, вкажіть, чи є серед них жаргонні чи сленгові слова, чи зрозуміле вам їхнє значення.
7. Спробуйте замінити виділені одиниці словами з кодифікованої мови. Як зміниться тональність тексту?
8. Перекажіть текст, використовуючи засоби розмовного мовлення, які ви запам'ятали.
9. Порівняйте транспортні системи в Україні та в вашій рідній країні, розкажіть про них, використовуючи спочатку лише засоби літературної мови, а потім і засоби розмовного мовлення.
10. Обговоріть з однокласниками особливості транспортної системи в Україні, відзначаючи її недоліки і позитивні характеристики.
11. Пригадайте, що ви чули від мешканців Києва про міський транспорт, якщо можливо, передайте особливості їхнього мовлення.

Отже, введення до навчального процесу розмовної лексики за допомогою особливого комплексу вправ, спрямованих на розвиток упізнавання і правильного розуміння висловлювання, забезпечить іноземним студентам більш швидку адаптацію до українського мовного середовища.

1. Бойчук К. В. Мова газетних текстів як засіб впливу на читача / К. В. Бойчук // Наукові записки. – Острог, 2009. – Вип. 11. – С. 135-139.
2. Бриченкова Е. С. Коммуникативность обучения и формирование дискурсивной компетенции в процессе обучения русскому языку иностранцев / Е. С. Бриченкова // Педагогические науки. – 2007. – № 1 (23). – С. 41-44.
3. Земская Е. А. Русская разговорная речь. Лингвистический анализ и проблемы обучения : учебное пособие / Е. А. Земская. – М. – 2006. – 240 с.
4. Зимняя И. А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата современного образования / И. А. Зимняя. – Интернет-журнал «Эйдос». 2006. – 5 мая.
5. Карпіловська Є. Семантичний потенціал слова як основа прогнозування інновацій / Є. Карпіловська // Мовознавчий вісник. – Черкаси, 2008. – Вип. 7. – С. 161-170.
6. Масенко Л. Нариси з соціолінгвістики / Л. Масенко. – К., 2010. – 243 с.
7. Сковронська І. Ужиток фразеологічних одиниць, штампів та кліше у двомовному публіцистичному тексті / І. Сковронська // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9 (Ч. 2). – С. 324-329.
8. Соболева І. О. Знижені (позалітературні) мовні засоби в сучасному публіцистичному дискурсі: автреф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / І. О. Соболева. – Сімферополь. – 2002. – 20 с.
9. Штерн Е. А. Жанрово-стилистический аспект изучения газетных текстов на уроках русского языка как иностранного / Е. А. Штерн. – Санкт-Петербург. – 2001. – 193 с.