

Секція 29. УКРАЇНСЬКА МОВА

ВАРІОВАННЯ НОРМ У СУЧАСНОМУ РОЗМОВНОМУ МОВЛЕННІ

Гончарова І.Ю., гр. Ф-31

Науковий керівник – канд. філол. наук, доц. О.А. Покровська
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Норми одиниць розмовного мовлення сучасної української мови можна уявити як сукупність норм повсякденного, побутового, соціально-діалектного та професійного мовного спілкування з різними видами варіювання цих норм. Серед різновидів соціальних діалектів зазвичай виділяють професійні і групові жаргони, різновиди напіврозмовних одиниць мовлення як засобу спілкування. Соціальне розшарування суспільства, а отже, і його мова залежить від рівня розвитку продуктивних сил. Явища диференціації мови з ширшою соціальною базою характеризуються як просторіччя або сленг. Під соціальним діалектом розуміється відгалуження загальнонародної мови, уживане в середовищі окремих соціальних, професійних, вікових та інших груп населення.

Сьогодні засоби масової інформації виступають не тільки місцем ідейних дискусій, але й стають тією ланкою, яка активно сприяє формуванню і виробленню мовних норм, на якій експериментують окремі новотвори, виразно акумулюються загальні зміни лексичного складу мови. Загально відомим є вплив ЗМІ на сукупні суспільні уявлення про нормативну правильність мови, хоча й не рідко на цьому просторі приймають мовний узус за мовну норму. Нашу увагу також привернули титри, що подаються у текстах як стійкі вирази, та окремі лексеми до російськомовних телевізійних серіалів. Наприклад, можна відстежити такі варіювання норм у розмовному мовленні при перекладі: "он смылся" – "втік"; "хватит вышивать" – "достить лаяться" "по чесноку" – "чесно", "кент" – "знайомий", "облом" – "невдача. Смысловая місткість російськомовних одиниць має емоційно-експресивна наснаженість, яка є невід'ємною вартісною ознакою стійких виразів і сприяє тому, що повідомлення сприймається масштабніше, воно стає змістовнішим, динамічнішим і соціально рельєфнішим.

Узагальнюючи викладене, можна сказати, що завдяки засобам масової інформації з'являються лексичні варіанти одиниць розмовного мовлення, які тиражуються ЗМІ, в окремих випадках це елементи ненормативної лексики певних соціальних груп, що як норма пропонуються до повсякденного вжитку.

ВЕРБАЛЬНІ МАНІПУЛЕМИ В SMS-ПРОПОЗИЦІЯХ МТС

Загоруйко А.Г., гр. Б-10

Науковий керівник – канд. філол. наук, доц. С.М. Руденко
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Метою нашого дослідження став аналіз 35 повідомлень, надісланих абонентам мережі МТС у листопаді 2011 року, з пропозицією "Виграй 100 000 гривень". Спонукаючи учасника надіслати чергову відповідь на номер 6006 організаторам допомагали вербальні маніпулеми – "сукупність мовних одиниць і прийомів, які дозволяють реалізувати у рекламі її специфічну ціннісну адресатну настанову: „Я переконаю [Ми переконаємо], що X добре для споживача; Я раджу [Ми радимо], щоб споживач зробив щось, оскільки це щось добре для споживача". (Визначення маніпулеми запропоноване д. філол. н. В.В. Зіркою в праці "Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі").

Проаналізувавши кожне повідомлення з лінгвістичних позицій, ми встановили, що вплив на учасника мають слова, що належать до різних частин мови. Це – іменники: *премія, переможець, власник, успіх, шанс, гроші, бонус, лідер, бали, фаворит, стратегія*; дієслова: *повинен відіслати, подвоюй, відправ, можеш виграти, отримай, или, майже став, вітаємо, закликаємо, подвоюй, хоче отримати, потроюйте*; прикметники: *екстремне, системне, щасливий, найактивніший, супер, великі*; числівники: *десять тисяч, сто тисяч, мільйон гривень, тринадцять, десять, двадцять хвилин, до дев'ятої години сорок п'ять хвилин, дві тисячі балів*. Створенню атмосфери "дружності" сприяло також уживання авторами sms-пропозиції переважно займенників однини: *я, твоєму, ти, тобі, твої, цей, мені*.

З погляду синтаксису, це – прості розповідні та спонукальні речення: **1.** *Сьогодні о 9:45 номер 050* номінувався на 10 000 грн. Власник номера повинен відіслати ТАК на 6006 для отримання премії! (4 грн з ПДВ).* **2.** *Новини з департаменту з видачі призів: у тебе великий шанс отримати великі гроші! Шли БОНУС на 6006 і чекай новин! (4 грн з ПДВ).* **3.** *Щасливчику з номером 050*, виграй 100 000! Відправ ДВА на 6006 і подвоюй свої шанси на BIG MONEY!*

Отже, вербальні маніпулеми спрацьовують на всіх рівнях будови тексту, але першочергово – на семантичному, даруючи учасникам ілюзорну можливість збагатитися, не докладаючи зусиль, навіюючи їм солодку надію на щасливе майбутнє, а авторам маніпулем – нагоду помножити кожен з 35 солодких фраз на "4 грн з ПДВ", і далі отримуючи від безкінечних акцій хоча по 160 грн з кожного учасника.