Молодь

Студентський соціолект як складник мовної організації сучасних молодіжних журналів

ЗМІСТ

ВСТУП ……... 3

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОНЯТТЯ «СОЦІОЛЕКТ» І ДОТИЧНИХ ТЕРМІНІВ …….…… 6

1. 1. Проблема дефінування понять «соціолект», «сленг», «арго», «жаргон». 6

1. 2. Студентський вокабуляр: соціолінгвістичне спостереження ….…….. 9

РОЗДІЛ ІІ. СУЧАСНА МОЛОДІЖНА ПЕРІОДИКА В ЛІНГВІСТИЧНОМУ ЗРІЗІ ….…….. 13

2. 1. Журнали для молоді: читацький інтерес у регіоні …….. 13

2. 2. Змістове наповнення журнальних статей для молоді ……..... 19

2. 3. Вияв лінгвокреативності у молодіжних журналах …….. 22

ВИСНОВКИ…….... 26

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ……..... 28

ДОДАТОК А. Дайджест сучасних молодіжних журналів ……...……. 32

ДОДАТОК Б. Анкета (зразок) …….……..... 37

ВСТУП

Мовлення сучасної молодої людини знаходиться під великим упливом соціокультурних чинників, суспільно-побутових реалій, психолого-педагогічних факторів. Підлітковий (ширше – студентський) вокабуляр є вербальним вираженням багатогранного світу людини, символічним кодом юнацького лінгвосоціуму.

Специфічну систему мовних одиниць, яка виявилася на периферії мови, оскільки значно «відступала» від загальноприйнятих мовних норм національної мови, учені окреслили поняттями «жаргон», «арго», «сленг», «соціолект», «вульгаризми», «нецензурна лексика». Усі ці лексичні вияви мовної системи знайшли своє вивчення у мовознавчих доробках науковців. Концептуальні основи цих термінів мають і спільні, і відмінні риси.

Більш розробленими в зарубіжному та українському мовознавстві є поняття жаргону та арго. Порівняно недавно науково обґрунтовано почали розглядали мовознавці сленг і соціолект. Так, цим мовним явищам присвячені праці В. Поліванова, Т. Єрофєєвої, М. Маковського, В. Бондалєтова, Ю. Степанова, І. Гальперіна, В. Хом'якова, Т. Нікітіної та ін. (за кордоном), Л. Ставицької, С. Мартос, Л. Масенко, О. Тараненка, О. Кондратюк, Л. Мацько, С. Пиркало, А. Коваль, Н. Бабич та ін. (в україністиці). Важливою в історії науки про мову є лексикографічна розробка аналізованих мовних явищ. Актуальність сленгізмів у мовній системі підкреслено наявністю словників: «Перший словник українського молодіжного сленгу» (укл. С. Пиркало), «Словник сучасного українського сленгу» (упор. Т. Кондратюк), «Український жаргон» (упор. Л. Ставицька).

Соціолект, як відомо, є швидкозмінним явищем, тому одним із завдань мовознавців є фіксація цих мовних одиниць, що становлять частину загальнонародної мови. Проаналізувати їх із погляду вживання сучасною молоддю нам видається **актуальним**. З огляду на те, що комплексних студій у дослідженнях сленгізмів на сторінках сучасної українськомовної періодики

не представлено, пропонована нами наукова робота містить елемент **новизни**.

Метою роботи є соціолінгвістичний аналіз студентської субмови.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких основних **завдань**:

– окреслити поняття «соціолект», «сленг», «арго», «жаргон» у мовознавчій науці;

– дослідити вокабуляр молоді;

– схарактеризувати змістове наповнення статей молодіжних часописів;

– визначити особливості формування мовної особистості підлітків через ЗМІ;

– простежити читацький інтерес серед студентів;

– виявити ознаки лінгвокреативності сучасних молодих людей.

Джерельну базу наукової роботи формують сучасні українськомовні молодіжні журнали «Пригоди» та «Однокласник». Фактичний матеріал доповнено записами усного мовлення студентів.

Об'єкт дослідження становить мовна організація сучасних журналів для молоді.

Предметом мовного аналізу є соціолект підлітків.

Характер дослідження зумовлює необхідність комплексного використання **методів** і **методик**: спостереження, аналізу мовних одиниць, описового, структурного, класифікаційного, анкетування.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що її результати доповнюють сучасну українську мову соціолінгвістичними розвідками про одну із субмов – підлітковий соціолект, збагачують журналістикознавчі студії аналізом сучасних медіапродуктів.

Практичне значення отриманих результатів визначається тим, що матеріали наукової роботи можуть бути використані для подальшого вивчення субмов, а також під час викладання курсів соціолінгвістики, психолінгвістики та дисциплін журналістикознавчого циклу у вишах.

Апробація результатів дослідження. Поточні результати дослідження висвітлювалися на науково-практичній конференції ліцейського наукового товариства «Інтелектуал» Ніжинського обласного педагогічного ліцею Чернігівської обласної ради, на ІІІ Всеукраїнській науково-практичній конференції «Українська та світова література в сучасному контексті» (Ніжин). За матеріалами науково-дослідницької роботи надруковано дві статті.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 позицій), додатків.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОНЯТТЯ «СОЦІОЛЕКТ» І ДОТИЧНИХ ТЕРМІНІВ

1. 1. Проблема дефінування понять «соціолект», «сленг», «арго», «жаргон»

У системі соціолінгвістичних досліджень лексичні вияви таких мовних явищ, як арго, жаргон, сленг, соціолект, є об'єктом пильної уваги мовознавців. Перші спроби розробки цих понять здійснено давно, але вони не втрачають своєї актуальності й сьогодні. Це пов'язано з тим, лексична система мови є відкритою, динамічною, постійно змінною, тому й потребує нового вивчення й опису.

У східнослов'янському мовознавстві терміни «жаргон» та «арго» з'явилися в середині XIX ст., а поняття «сленг» почали використовувати з другої половини XX ст.

Різновидами соціальних діалектів називає як арго, так і жаргон В. Винник в енциклопедії «Українська мова». Так, мовознавець тлумачить арго як штучно створену умовну говірку певної вузької замкненої соціальної або професійної групи, незрозумілу для сторонніх [36, с. 31]. Жаргон, наголошує науковець, «відрізняється від загальновживаної мови використанням специфічної експресивно забарвленої лексики, синонімічної до слів загального вжитку, фразеології, іноді й особливостями вимови» [36, с. 167–168]. В. Винник убачає різницю між цими двома поняттями в тому, що «жаргон має відкритий характер і виникає серед порівняно широких, переважно молодіжних груп носіїв» [36, с. 168].

Історичний зріз термінів «арго», «жаргон», «сленг» здійснено в «Словнику сучасного українського сленгу» (упорядник – Т. М. Кондратюк). Специфіку арго в лексикографічній праці окреслено так: «Арго є найдавнішою формою мовної і соціальної інтеграції певної групи, її кодовою ознакою, паролем, що організує певне коло і дає відчуття співтовариства» [29, с. 11]. Дослідниця акцентує на тісному зв'язку такого мовного явища, як

арго, із соціумом: «З одного боку, володіння лексичним кодом арго протиставляє представників тієї чи іншої корпорації, ставить їх в опозицію до іншої частини соціуму; з другого – слугує міцним об'єднувальним чинником всередині даної групи, внутрішнім інтегратором для її членів» [29, с. 13]. У «Словнику сучасного українського сленгу» подано таке визначення арго: «Мова малих, соціально замкнутих груп, яка є їх соціальним маркером і слугує засобом відмежування, протиставлення членів даної групи іншій частині суспільства» [29, с. 15].

Аналізуючи термін «жаргон», Т. М. Кондратюк подає класичне визначення: «Жаргон – це розмовне, експресивно забарвлене мовлення окремих соціальних груп, об'єднаних за професійною, віковою кримінальністю або за ознакою інтересів» [29, с. 18]. Дослідниця виділяє такі основні ознаки жаргонізмів: 1) належність до не літературного усного розмовного мовлення; 2) вираження емоційного, гумористично-іронічного ставлення до предмета мовлення; 3) свідчення соціальної належності мовця [29, с. 18].

Розглядаючи функційне навантаження аналізованих термінів, Т. М. Кондратюк наголошує на соціально-символічній функції арго та доданій до неї експресивній, які властиві жаргонізмам.

Найменш розробленим, як зазначає Т. М. Кондратюк, є термін «сленг».

На думку Л. Ставицької, сленг – це «різновид розмовної мови, яка оцінюється суспільством як підкреслено неофіційна («побутова», «фамільярна», «довірлива»)» [31, с. 40].

У «Словнику сучасного українського сленгу» зазначено: «Сленг – це мовна лабораторія, у якій в одне ціле переплавляються різні світогляди, звички, соціальні устої, творчі поривання. І також сленг – це наше підсвідоме, яке слугує точним індикатором нашої індивідуальної і соціальної психології» [29, с. 3].

С. Мартос визначає сленг як «ненормативну, неформальну, стилістично знижену, функціонально обмежену мову, що використовується з метою

здійснення певних мовленнєвих функцій (експресивної, оцінної, корпоративної, пейоративної, евфемістичної тощо)» [18, с. 8].

О. Кондратюк дефінує сленг як «стиль мови, що посідає місце, антитетичне занадто формальній, офіційній мові» [15].

У «Великому тлумачному словнику української мови» синонімічними визначаються поняття сленгу й жаргону. У статті сленг окреслено як розмовний варіант професійного мовлення; як жаргонні слова, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних груп та які набувають емоційно-експресивного забарвлення [3].

У др. пол. XX ст. до лінгвістичного вжитку входить і термін «соціолект» як сукупність мовних особливостей, що властиві носіям мови, які належать до певних соціальних груп. Соціолектом мовознавці позначають мовлення солдатів, школярів, студентів тощо.

І. Соболєва пропонує до вжитку два терміни – соціолект і соціолектизм. Під першим дослідниця розуміє особливу мовну систему, що використовується певною соціальною групою як засіб комунікації, а другим – позначає основну одиницю соціально-професійної диференціації словникового складу мови [30, с. 26]. Показово, що дослідниця обмежує обсяг терміна лише лексичним рівнем мови. А от Р. Боднар, навпаки, розширює соціолектичну систему, оскільки зараховує до неї, крім лексичних запозичень з інших соціолектів і власних нових утворень, морфологічні форми, синтаксичні конструкції та невербальні засоби спілкування [2, с. 8].

Соціолект формується під значним упливом екстралінгвальних факторів. Із-поміж них варто виокремити соціокультурні явища: ЗМІ, кінематограф, шоу-бізнес, сучасні технології масової комунікації тощо. Соціально-психологічною базою створення підліткового соціолекту є спільність дітей відповідного віку.

Студентський соціолект варто розглядати як лінгвальний складник молодіжної субкультури, оскільки він репрезентує вербальне вираження реалій, які оточують носіїв мови відповідного віку.

У роботі ми послуговуємося поняттям «студентський соціолект», оскільки респондентами наших соціолінгвістичних досліджень стали студенти. Фактичним матеріалом нашої роботи слугували журнальні статті, розраховані на молодіжну читацьку аудиторію, тобто опрацьовані нами журнали є цікавими не тільки підліткам, а й студентам, що дало нам підстави вивчати їх і з погляду зацікавленості студентами. Як зазначають учені-психологи, на сьогодні чіткої межі у встановленні вікового цензу немає. Так, Р. Павелків наводить періодизації віку людини різних авторів та акцентує на різних вікових межах таких періодів у житті людини [22]. На думку фахівців, такий поділ є умовним і залежить від національних особливостей і в розвитку економіки, і стану освіти тощо. Сучасні науковці заявляють про підвищення межі підліткового віку, зокрема пропонують збільшити його до 24 років [28].

Розглядаючи жаргонізми, арготизми, сленгізми, суржикізми, вульгаризми, мовознавці виділяють спільні риси всіх цих мовних явищ і наголошують на специфічних ознаках кожного поняття. Ми дотримуємося позиції, за якою соціолект визначається широко (висвітлена в працях М. Маковського, В. Коровушкіна та ін.), як багаторівнева мовна структура, що охоплює всі різновиди периферійного мовного утворення.

1. 2. Студентський вокабуляр: соціолінгвістичне спостереження

Сленгізми як мовні одиниці, що представляють специфіку спілкування представників певних соціальних груп, є надзвичайно змінним і динамічним явищем. Вони виникають під упливом різних факторів, побутують у мовленні певний час, а потім – або переходять до складу загальновживаної лексики, або зникають з ужитку. Тому важливою є проблема фіксації таких мовних конструкцій, які, перебуваючи на периферії національної мови, відображають особливості світобачення носіїв мови та специфіку живого розмовного мовлення. Сленгізми підвладні такому явищу, як мовна мода, що продиктовано психологічними особливостями носіїв сленгу. Так, поняття «сленг» насамперед характеризує мовлення молоді – підлітків і студентів. А

цей вік, особливо підлітковий, має свої виразні психологічні особливості, що позначається, звісно, і на мовленні підлітків. Уживання сленгізмів – одна з можливостей виділитися серед однолітків, заявити про себе, вивищити себе з-поміж «сірої маси». Використання сленгізмів, які межують із нецензурною лексикою, і продиктовано такими психологічними особливостями молодих людей. Грамотна масова культура, виховання в сім'ї, у школі, у гуртках, особистий приклад дорослих – ось стрижні, які не дозволять знизити рівень і мовної, і загальної культури підлітка в такий складний для нього період.

Сленг має такі ознаки, як неофіційність, невимушеність, непідготовленість спілкування. Крім того, сленгові лексеми майже стовідсотково містять емоційність та оцінність.

«… Сленг – це живий мовний нерв, який є навдивовижу геніальним індикатором людського буття, настільки тонко і точно розкриває найдрібніші нюанси нашого переживання світу, його сприйняття і передачі», – зазначено в «Словнику сучасного українського сленгу» [29, с. 5].

Ми здійснили мовний аналіз сленгових одиниць за матеріалами молодіжних журналів і записами усного мовлення студентів. Найуживанішими виявилися такі лінгвальні утворення:

– хвіст (літературний відповідник – академічна заборгованість);

– щитель (літературний відповідник – той, хто не нищить);

– КріРо (літературний відповідник – Кріштіану Роналду);

– прикол (літературний відповідник – щось цікаве, смішне);

– Могилянка (літературний відповідник – Києво-Могилянська академія);

– видєлується (літературний відповідник – робить щось напоказ);

– короткометражка (літературний відповідник – короткометражний фільм);

– ботан (літературний відповідник – той, хто багато вчиться);

– каліч (літературний відповідник – людина, яка щось погано робить; недотепа);

– топова тян (літературний відповідник – ідеальна дівчина);

– фотка (літературний відповідник – фотографія);

– предки (літературний відповідник – батьки);

– досвідос (літературний відповідник – до побачення);

– зморозив (літературний відповідник – сказав щось недоречне);

– забила (літературний відповідник – залишила справу);

– закалєбаєш (літературний відповідник – набриднеш);

– модні чікі (літературний відповідник – гарні дівчата);

– забацав (літературний відповідник – зробив);

– по зальоту (літературний відповідник – із певної причини);

– норм (літературний відповідник – нормально);

– лайк (літературний відповідник – сподобалося);

– клепати (літературний відповідник – створювати);

– зафоркати (літературний відповідник – використати);

– тусуються (літературний відповідник – збираються);

– сфоткаємось (літературний відповідник – сфотографуємося);

– цмокі-цмокі (літературний відповідник – цілуватися);

– прибацані (літературний відповідник – неадекватні);

– яблучники (літературний відповідник – недосвідчені);

– анімешники (літературний відповідник – ті, хто займаються анімацією);

– «скелет» пісні (літературний відповідник – нарис, чернетка);

– прикольно (літературний відповідник – цікаво, оригінально);

– перелопатила (літературний відповідник – багато перечитала, вивчила, дослідила);

– змитися (літературний відповідник – зникнути, піти);

– моніторити (літературний відповідник – переглядати);

– влетить (літературний відповідник – бути покараним).

Зібраний на основі соціолінгвістичного спостереження мовний матеріал дозволяє з’ясувати специфіку соціолекту молодих людей. Так,

частина слів набуває іншого значення, відмінного від зафіксованого в словниках. Ця риса виразно представлена в словах: хвіст, предки, змитися, влетить, скелет, клепати, забацав, зморозив, по зальоту. Склад сленгізмів широко поповнюється за рахунок неологізмів. Наприклад: моніторити, ботан, каліч, норм, яблучники, анімешники тощо. Окремі слова є іншомовними запозиченнями (найчастіше з англійської мови): лайк, соррі, анімешники, топова тян. Значну групу слів складають російськомовні лексеми: видєлується, закалєбаєш, кльово. Деякі сленгізми є скороченими варіантами нормативних слів: норм, ок, ботан.

Отже, соціолект студентів представляє широку систему виразних мовних утворень, які відображають специфіку молодіжного світобачення та відповідають граматичним особливостям мови.

РОЗДІЛ ІІ. СУЧАСНА МОЛОДІЖНА ПЕРІОДИКА В ЛІНГВІСТИЧНОМУ ЗРІЗІ

2. 1. Журнали для молоді: читацький інтерес у регіоні

Сучасний мас-медійний ринок пропонує невеликий вибір часописів для молодих людей. Із-поміж них українськомовних видань надзвичайно мало. Із метою вивчення обізнаності в наявності таких медіапродуктів і ознайомлення з ними нами проведено анкетування. Було опитано 40 студентів філологічного факультету. Із них – 2 % складають хлопці, 98 % – дівчата. Вік респондентів: 19 років – 10 %, 20 років – 90 % . Проживання: у місті – 30 %, у селі – 70 %.

На питання «Які молодіжні журнали Ви знаєте?» 40 % опитаних назвали видання «Юная леди», 10 % – «Космополітен», по 5 % «Однокласник», «Пригоди», «Слово і час».

Результат очевидний: популярність жіночого журналу пояснюється переважною більшістю опитаних осіб жіночої статі.

На жаль, невтішним є показник відповіді на питання «Які молодіжні журнали Ви читаєте?», оскільки 60 % респондентів відповіли: «Не читаю».

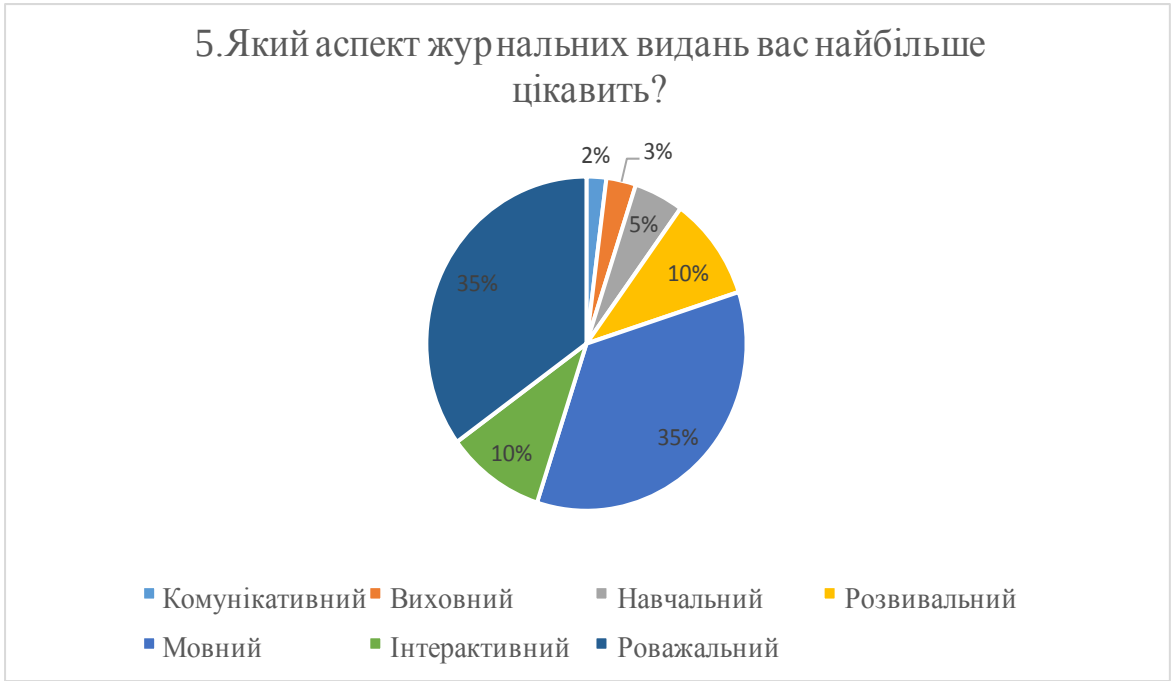
По 15 % опитаних назвали видання «Юная леди» і «Космополітен», 10 % – «Однокласник».

Прогнозованою є відповідь і на запитання «Із яких ЗМК Ви отримуєте інформацію?»% 55 % респондентів написали про Інтернет, 40 % – телебачення, 5 % – газети, 0 % – радіомовлення, газети, інші джерела.

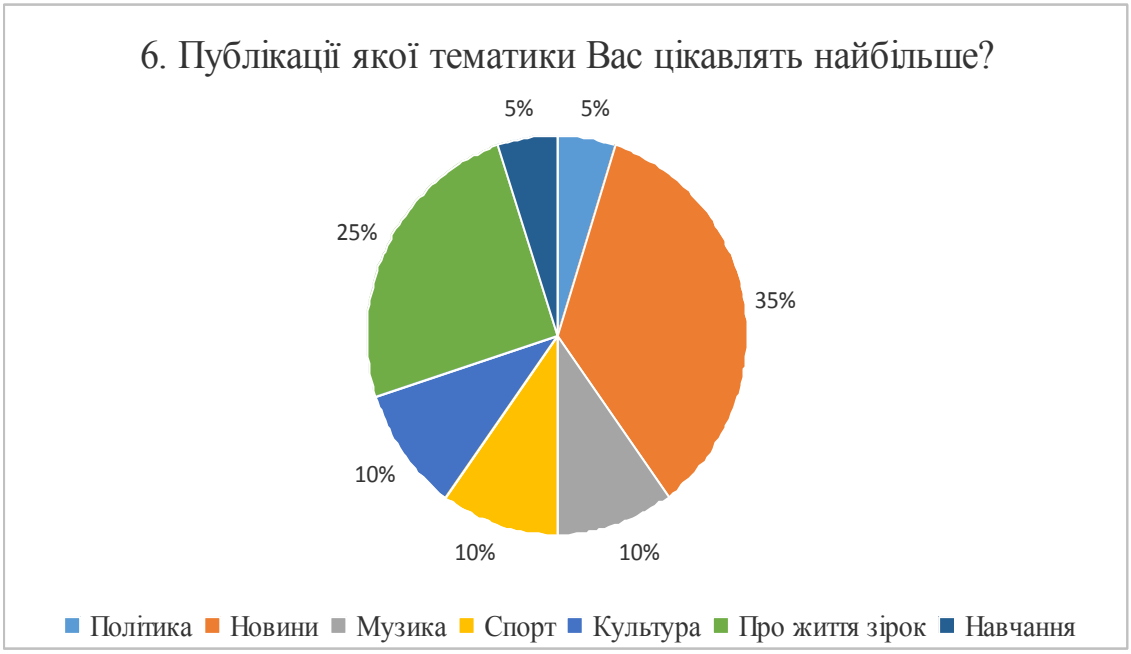
До запитання «Як Ви отримуєте молодіжну періодику?» пропонувалися різні варіанти відповіді. На жаль, значна частина респондентів обрала варіант

«Не читаю взагалі». 30 % студентів купують журнали, по 5 % – передплачують, читають у бібліотеці, беруть у друзів.

Наступні запитання адресувалися тим, хто читає молодіжні журнали чи принаймні ознайомлюється з ними. Так, на запитання «Який аспект журнальних видань Вас найбільше цікавить?» ми отримали такі відповіді: мовний – 35 %, розважальний – 35 %, по 10 % – інтерактивний і розвивальний, 5 % – навчальний, 3 % – виховний, 2 % – комунікативний.



На запитання «Публікації якої тематики Вас цікавлять найбільше?» студенти написали: 1) новини (30 %), 2) життя зірок (25 %), 3) культура (10 %), 4) спорт (10 %) , 5) музика (10 %), 6) навчання (5 %), 7) політика (5 %).



Оцінити сучасні молодіжні журнали ми запропонували студентам у таких запитаннях: 1) «Що Вам найбільше подобається в сучасних молодіжних журналах?», 2) «Що Вам не подобається в журналах?»

На перше запитання ми отримали такі відповіді:

1) стиль оформлення (30 %);

2) якість видання (30 %);

3) правдивість наведеної інформації (10 %);

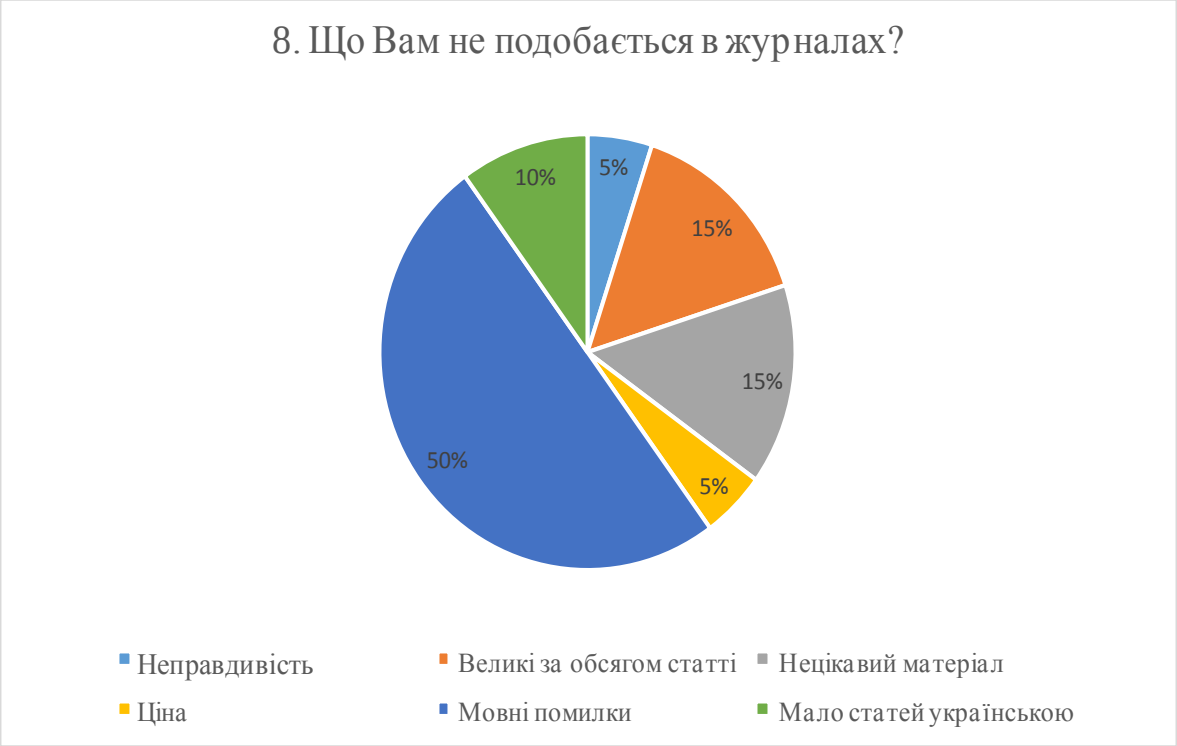
4) цікаві статті (10 %);

5) актуальні репортажі (10 %);

6) розважальні матеріали (7 %);

7) об’єктивність висвітлення теми (3 %);

8) доступність висловлюваного (0 %).



У сучасних журналах опитаним нами студентам не подобається:

1) великі за обсягом статті (15 %);

2) мовні помилки (50 %);

3) нецікавий матеріал (15 %);

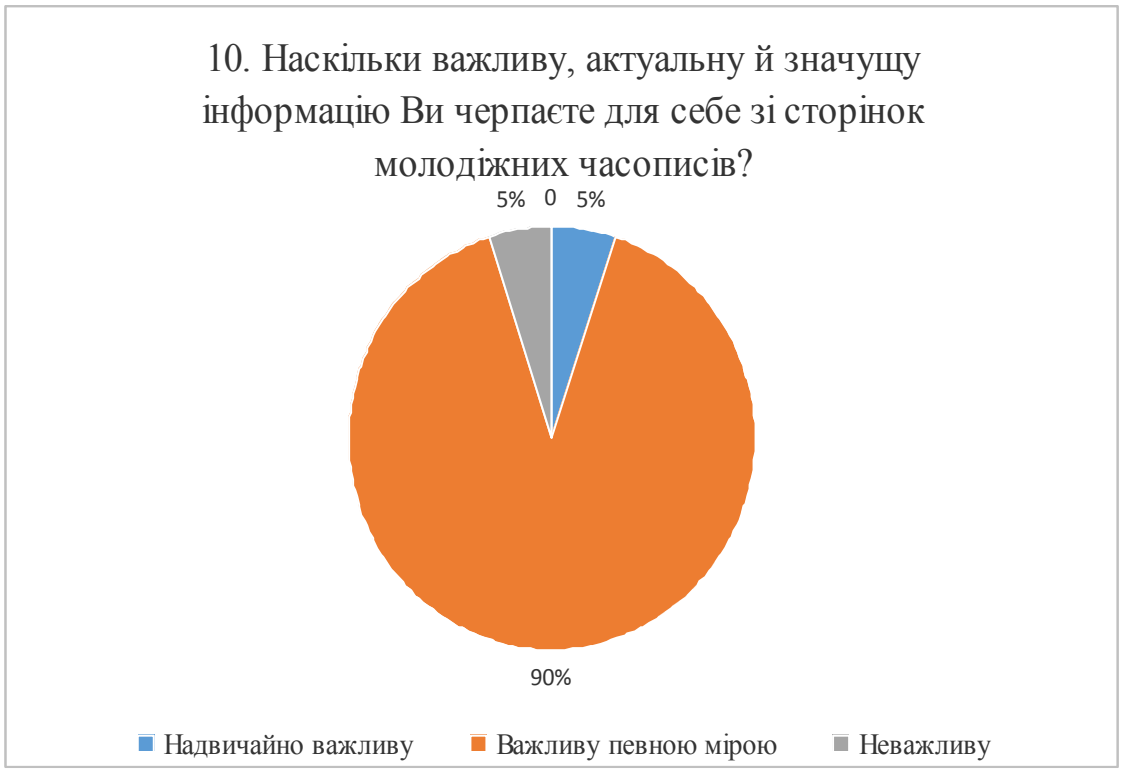
4) мало статей українською (10 %);

5) неправдивість (5 %);

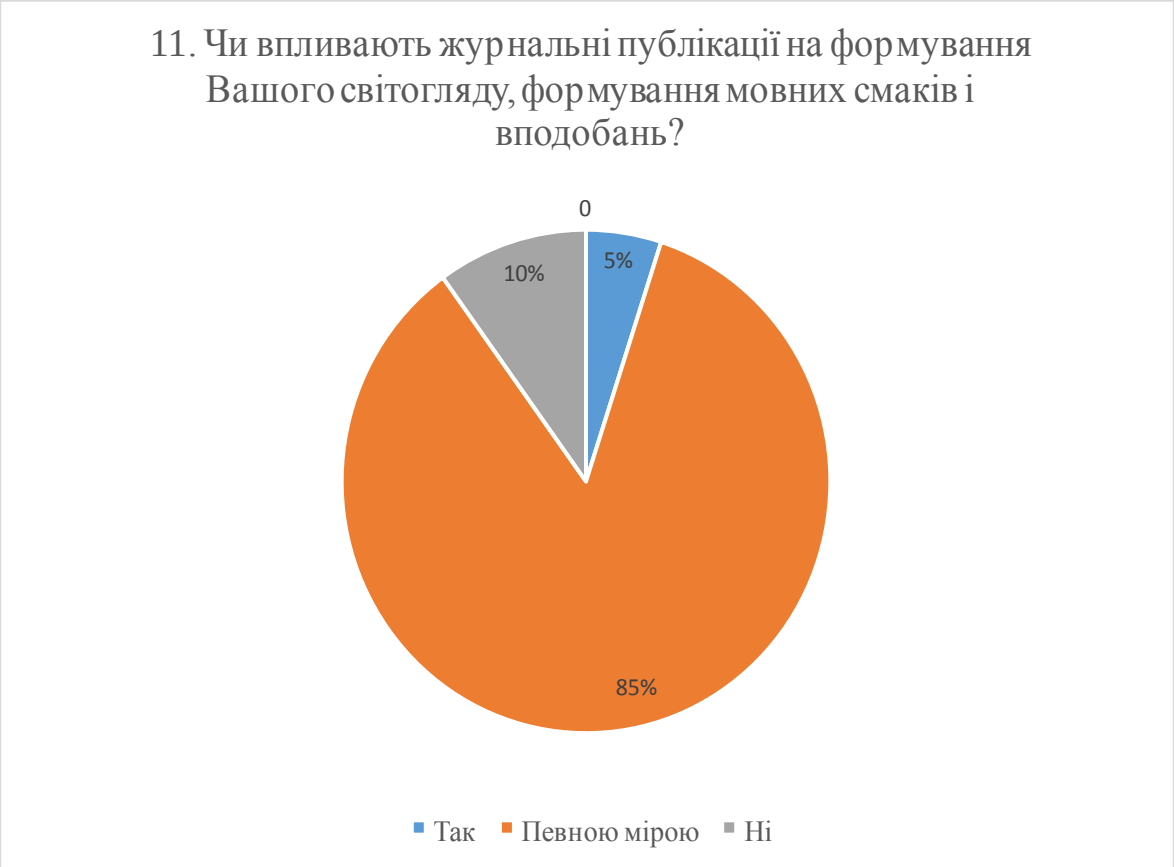
6) ціна (5 %).

Серед причин того, що сучасна молодь мало читає пресу, студенти називають: 1) наявність Інтернету (60 %); 2) збіднений мовний матеріал у часописах (20 %); 3) відсутність можливості придбати видання (10 %); 4) лінь (10 %).

На запитання «Наскільки важливу, актуальну й значущу інформацію Ви черпаєте для себе зі сторінок молодіжних часописів?» студенти відповіли так: важливу певною мірою (90 %), надзвичайно важливу (5 %), неважливу (5 %).



На запитання «Чи впливають журнальні публікації на формування Вашого світогляду, формування мовних смаків і вподобань?» більшість студентів відповіли: «Певною мірою» (85 %); ствердну відповідь дали 5 % опитаних, а заперечну – 10 %.



Отже, проведене соціолінгвістичне дослідження виявляє ті проблеми, які, на жаль, можуть становити загрозу як мовній, так і загальній культурі молодих людей. Звичайно, проведене анкетування в окремому регіоні не може претендувати на вичерпність відповідей і всеохопність висновків, та все ж змушує задуматися й діяти з метою покращення ситуації.

2. 2. Змістове наповнення журнальних статей для молоді

Переважна більшість статей часопису «Однокласник» спрямована на розкриття сьогоденних інтересів молоді. Тематично їхній зміст можна визначити так:

– опис життя та вподобань знаменитих людей;

– пізнавальні розповіді та історії;

– вправи на розвиток уваги та спостереження;

– шкільна тематика;

– застереження від можливих поразок та негараздів;

– поради більше проводити часу за книгами, ніж в інтернет-мережі.

У журналі «Однокласник» постійними є такі рубрики, що розкривають змістовно-тематичне наповнення видання:

1) «Ярмарок новин» − зазвичай знаходиться на першій сторінці журналу. За обсягом – не більше однієї сторінки. Містить новини культури та повідомлення з життя зіркових особистостей;

2) «Відеотека» − кінорубрика, яка знаходиться на двадцятих сторінках журналу. За обсягом – не більше однієї сторінки. Представляє перелік цікавих кіно- та мультфільмів, подає їх короткий зміст;

3) «Твій погляд» − зазвичай знаходиться від четвертої до дев'ятої сторінки. За обсягом становить два або три аркуші та охоплює спостереження, переживання й думки молодих людей (віком від 12 до 17 років), їхні поради. Рубрика унаочнюється тематично підібраними до статей фото;

4) «Реформа школи» − зазвичай розміщується від шістнадцятої до тридцятої сторінки. За обсягом – два чи три аркуші, на яких висвітлюються новини та проблеми шкільного життя, нововведення та поради;

5) «Секретні матеріали» − розташовується від тринадцятої до двадцять п'ятої сторінки та містить інформацію у вигляді коротенької анкети про відомих людей. Її обсяг становить дві сторінки, які унаочнені фотоілюстраціями;

6) «Майдан» − зазвичай знаходиться на двадцятих-тридцятих сторінках. За обсягом – це одна, дві сторінки. Рубрика представляє інтерв'ю з відомими зірками: видатні особистості висловлюють свої думки та дають поради;

7) «Проблема» − це рубрика, яка знаходиться на дев'ятій сторінці журналу. За обсягом – дві сторінки. Вона подає способи вирішення проблем, які найчастіше турбують сучасних підлітків;

8) «Літературний додаток» – зазвичай знаходиться на п'ятнадцятій сторінці журналу. За обсягом – вісім сторінок. Містить прозові та поетичні твори молодих людей. Папір – газетний, така особливість дає змогу виділяти його з-поміж інших рубрик;

9) «Нашвидкуруч» – зазвичай знаходиться на передостанніх сторінках журналу. За обсягом – одна сторінка, на якій висвітлено надіслані читачами часопису рецепти швидкого приготування різноманітних страв;

10) «Гороскоп» – розташовується на правому та лівому берегах останніх сторінок журналу у вигляді колонок. За обсягом – чотири сторінки. Містить гороскопні прогнози кожного знаку зодіаку;

11) «Ігротека (кросворд)» – розміщуєтьсяна останній сторінці журналу. За обсягом – одна сторінка, на якій друкуються складені читачами кросворди;відповіді до них можна знайти в наступному номері;

12) «Тест» – зазвичай знаходиться на чотирнадцятій або тридцятій сторінках. За обсягом – один чи два аркуші. Представляє тест, переважно розважальної тематики. Відповіді-пояснення подаються відразу ж після тесту.

Аналізуючи виховний аспект сучасної молодіжної періодики, ми обрали для мовного спостереження журнал «Пригоди». Система рубрик часопису дозволяє класифікувати друкований матеріал за дидактично-виховним спрямуванням. Журнальні статті орієнтовані на виховання: 1) адекватних музичних смаків; 2) позитивних рис характеру та корекція негативних; 3) відчуття краси рідного слова; 4) відчуття захищеності в соціумі; 5) любові до тварин; 6) допитливості.

Обстеження журнальних матеріалів засвідчило високий рівень соціальної наповненості статей, оскільки вони реалізують актуальні й

корисні молодим людям теми, а вербально передають специфіку юнацького лінгвосоціуму.

2. 3. Вияв лінгвокреативності у молодіжних журналах

Мовна особистість дитини значною мірою формується під упливом засобів масової інформації. Важливу роль у цьому для представників дитячого, підліткового та юнацького віку відіграють журнали (як, скажімо, газети – для дорослих людей). Беззаперечним є вплив на дитину дитячих журналів і дитячих книжок. Соціолінгвістичне вивчення дитячого мовлення є об'єктом наукових зацікавлень як зарубіжних (Е. Сноу, Ш. Фергюсон, С. Мамаєва, С. Цейтлін та ін.), так і українських учених (Е. Огар, Н. Дзюбишина-Мельник, Л. Мацько та ін.). Подальше сприйняття світу для більшості підлітків супроводжується ознайомленням із матеріалами періодичних видань. Сучасні молодіжні журнали повинні враховувати вікові, психологічні, світоглядні особливості власної читацької аудиторії, відповідати потребам молодих людей у здобутті інформації, мати дидактичний, розвивально-навчальний, виховний, розважальний характер.

Молодіжні журнали значною мірою відтворюють специфіку мовлення своїх читачів. І це зрозуміло, адже тексти, написані доступно й «по-нашому», приваблюватимуть молодь, будуть близькими й зрозумілими.

В опрацьованих нами заголовках і статтях журналу «Однокласник» ми простежили такі мовні особливості:

1) запис українськими літерами іншомовних слів, запозичених з англійської та інших мов:

– олдскульні (від old – старий, school – школа) – застарілий; той, що вийшов із моди;

– електрокар (від car – машина);

– синхронус (від synchronization – синхронізація);

– Мед Хедз (від Mad Heads – назва групи);

– мейкап (від makeup – макіяж);

– пінг-понг (від ping pong – гра м’ячем, настільний теніс);

– іміджмейкери (від image та make – робити імідж(зовнішній вигляд);

– се ля ві (C'est La Vi – таке життя);

– Бейонсе (від Beyonce – ім’я співачки);

– о’кей (від okay - згода);

– дигер (від to dig – копати) – людина, яка подорожує штучними підземеллями;

– фейсбук (від facebook) – соціальна мережа;

– фіксери (від fix – ремонтувати) – ремонтувальники;

– Фіш-рівер (від Fish rever – назва каньйону);

– аутсайдер (від outsider – сторонній);

– саундтрек (від soundtrack – звукова доріжка);

– посткросери (від postcrossing – непрямий обмін листівками);

– ірокез (від Irokez) – вид зачіски;

– хайп (від hype – набридлива реклама);

– хейтер (від hate – ненависть) – ненависник;

– ешкере (від Let’s Get It – Let’s giret – Esskeetit) – «давай»;

– сігвей (від segway – велосипед);

– соррі (літературний відповідник – вибач);

– селебрітіс (від selebritis – зірки);

– фейк (від fake – фільшивий);

– френд (від friend) – друг;

– контрал V і контрал C (від ctrlV – вставляти, ctrlC – копіювати);

– скайп (від skype – вид інтернет-спілкування);

– тинейджери (від teenager – підліток);

– гаджети (від gadget – пристосування) – пристрій, призначений для розваг;

– анклав (від enclave – оточена чужими володіннями територія);

– зіпер (від ziper – блискавка) – блискавка на одязі;

– косплей (від costume – костюм, game – гра) – костюмована гра;

– «хаус від Ворт» (від house – дім, wort – англійський дизайнер);

– хеппі енд (від happy – щасливий, end – кінець);

– лук (у значенні комбінований одяг) (від to look – виглядати, дивитися);

– вуаля;

– а-ля;

– Ралф Лорен Колекшн;

– екшн;

– рофлиш (від ROFL (rolling on the floor laughing) – веселитися;

– дедлайн (від deadline – межовий термін);

– пікап (від pick up – підібрати, підіймати) – легке знайомство з дівчиною, залицяння;

– спіч (від speech – промова);

2) використання англійських слів у журнальних публікаціях, як-от: LiveJournal, Dota, StoneGiantTiny, Levin99, LevinBest, Monitor-Top, implementation, Harwood, theend, Winglet, Segway, Instagram, Photoshop, AdobePhotoshop, lightroom, CorelDraw, Barbie, iPhone, Android, Holy crap, MLA («ОК»); Hello, SOS, vitamine; Hello,message,myfriends; GreenPeace, hip-hop, break-dance, homosapiens («Пригоди»). Такі іншомовні конструкції є добре відомими сучасним підліткам та актуальними в їхньому освітньому просторі. Їх уживання в статтях забезпечує пізнавальну функцію публікацій – засвоювати знання з англійської мови;

3) залучення неологізмів до матеріалів часопису. Їх використання зорієнтоване на розширення кругозору молодих людей. В аналізованих періодичних виданнях трапляються такі нові лексеми: твітер, фоловер, віртуал, сігвей-райдер, айфон, андроїд, девайс, акаунт, юзер, гаджет, гештальт, косплей, косплеєри, фотокосплей, фронтмен, фейсбук,

4) поєднання в одному слові частин українського та іноземного звучання або утворення словосполучення з лексем різних мов:

– scool`тура;
– моя family;
– гаджет-news;
– V-подібний;
– made in підвал.

Отже, уживання сленгових номінацій у молодіжних часописах продиктовано наміром видавців наблизити своє видання до читацької аудиторії. Значною мірою на українському сленгові сучасної молоді позначився вплив англійської мови.

ВИСНОВКИ

Студентський соціолект є важливим складником мовної культури молодої людини. У лінгвістиці поняття «жаргон», «арго», «сленг» набувають свого широкого вивчення та ретельного аналізу. Ці мовні явища є швидкозмінними, тому варто встигнути їх описати та зафіксувати в словниках. Термін «соціолект» уживається для позначення системи мовних одиниць, що охоплює жаргонізми, арготизми, сленгізми, суржикізми, вульгаризми. Така лексика знаходиться на периферії національної мови й довгий час не була об'єктом мовознавчих досліджень. Але сучасний науковий світ визнає необхідність вивчення живомовних явищ, які відтворюють реалії та специфіку сьогодення.

Позамовні чинники (як політико-економічні, так і духовно-культурні) виявляють великий уплив на формування особистості, вироблення стійкої життєвої позиції, створення особистої шкали морально-етичних цінностей. Вагомими в здійсненні такого впливу є засоби масової інформації (телебачення, радіомовлення, періодика, Інтернет тощо). Увесь потік інформації молода людина сприймає насамперед вербально, тому мова в цьому процесі відіграє чи не найважливішу роль. Крім того, мовна культура є складником загальної культури людини. Тому надзвичайно важливо, щоб тексти, із якими ознайомлюються школярі, студенти, були змістовними, грамотними, виконували як освітньо-виховні, так і розвивально-розважальні функції, формували високі моральні якості.

Проведене нами анкетування засвідчило, на жаль, малий відсоток тих студентів, які читають періодику. Це пов'язано й із широким і доступним поширенням інформації в мережі Інтернет, і з негативними явищами в нашому суспільстві, як-от відсутність достатньої кількості дитячих і молодіжних газет і журналів у регіонах.

Опрацьовані нами часописи, адресовані юнакам і юнкам, містять значну кількість сленгізмів, які є близькими й зрозумілими сучасним молодим людям. Так редакції журналів прагнуть наблизити видання до

читачів і зацікавити їх своїми публікаціями. Проаналізовані нами лінгвальні конструкції засвідчують ті мовні тенденції, які відбуваються в сучасному суспільстві. Тому значною в системі молодіжного соціолекту є кількість лексем, запозичених з англійської (рідше – інших) мови, транслітерування іншомовних слів, використання суржикізмів.

Сленгізми, які найяскравіше представляють сучасний молодіжний соціолект, передають психологічні особливості носіїв, тому й мають такі риси, як неофіційність, розкутість у творенні й змістовому наповненні, експресивність, емоційність, оцінність. Вони є результатом молодіжної мовотворчості, у якій вербально відображено внутрішній світ людини. Багато номінацій мають метафоризований зміст; зменшено-пестливі і збільшено-згрубілі форми; у семантиці містять семи «надмірність», «гіперболізація», що пояснюється підлітковим максималізмом. Саме вік мовця (та ті психічні й психологічні процеси, які його супроводжують) значною мірою визначає особливості мовлення.

Часто мовлення є визначальною ознакою соціального статусу підлітка (школяра чи студента), тому й має свої специфічні ознаки в системі підліткової субмови.

Мовний аналіз одиниць, які представляють студентський соціолект, засвідчив такі процеси у вокабулярі мовців, як калькування, іншомовні запозичення, цифрове кодування, буквене кодування, римування, перекручування слів, метафоризація, інтертекстуальні вкраплення, усічення слів, акронімізація, редуплікація, фонетична мімікрія, телескопія. У всіх цих процесах яскраво виявляються лінгвокреативні можливості носіїв мови.

Вивчення соціолектів певних груп носіїв мови є важливим, актуальним і перспективним. У подальшому ми вбачаємо соціолінгвістичне дослідження мовлення представників міста та села, осіб жіночої та чоловічої статі, уживання сленгу в друкованих та електронних ЗМІ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абдюкова Н. В. Психологічні особливості соціалізації сучасного підлітка : автореф. дис.. … канд. псих. наук / Н. В. Абдюкова. – К., 2000. – 19 с.

1. Александрова О. В. Молодіжний соціолект як лінгвістичний феномен (до питання термінологічного визначення поняття) / О. В. Александрова // Науковий вісник ПНПУ ім. Ушинського. Лінгвістичні науки. – 2014. – № 19. – С. 3–10.

2. Боднар Р. В. Соціолект підлітків як субкультура сучасного лінгвосоціуму (на матеріалі англійської мови 90-х років XX – початку XXI ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / Р. В. Боднар. – К., 2007. – 20 с.

3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / укл. і гол. ред. В. Т. Бусел. – Київ–Ірпінь : Перун, 2007. – 1736 с.

4. Владимиров В. М. Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння : [монографія] / В. М. Владимиров. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2003. – 220 с.

5. Владимиров В. М. Основи журналістики в поняттях і коментарях : [навч. посібн.] / В. М. Владимиров. – Луганськ : Вид-во ВУГУ, 1998. – 144 с.

6. Врублевська Г. Й. Лінгвокреативні процеси формування молодіжного жаргону / Г. Й. Врублевська // Вісник Житомирського педагогічного університету. – 2004. – № 14. – С. 186–187.

7. Городенська К. Г. З практики активного слововживання: коментар фахівця / К. Г. Городенська // Вивчаємо українську мову та літературу. – 2012. – № 32. – С. 38–40.

8. Данилевська О. Шкільні реалії у свідомості українських підлітків (за результатами соціолінгвістичного дослідження) / Оксана Данилевська // Українська мова. – 2009. – № 1. – С. 74–86.

9. Дзюбишина-Мельник Н. Розкажу тобі я ще й про те… (Мова дитячої літератури) / Н. Дзюбишина-Мельник // Культура слова. – К., 1991. – Вип. 41. – С. 62–68.

10. Дзюбишина-Мельник Н. Художній стиль і мова творів для дітей/ Н. Дзюбишина-Мельник // Культура слова. – К., 1992. – Вип. 42. – С. 85–90.

11. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : [підручн.] / В. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.

12. Кайдаш А. М. Дидактичний характер сучасної молодіжної періодики / А. М. Кайдаш, Н. М. Тертишник / Українська та світова література в сучасному контексті: Збірник матеріалів ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Ніжин, 2014. – С. 126–129.

13. Кайдаш А. М. Тематично-композиційний аналіз сучасної молодіжної періодики (на прикладі журналу «Однокласник») / А. М. Кайдаш, Н. М. Тертишник // Науково-методичний вісник Ніжинського обласного педагогічного ліцею Чернігівської обласної ради. – 2014. – Вип. 2 (6). – С. 69–71.

14. Кіричевський Е. В. Журналістська діяльність як прояв творчої обдарованості підлітків / Е. В. Кіричевський // Обдарована дитина. – 2008. – № 2. – С. 36–42.

15. Кондратюк Олена. Молодіжний сленг як мовне явище / Олена Кондратюк. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ji.lviv.ua/n38texts/kondratyuk.htm

16. Костенко Н. В. Молодіжна преса: інтереси і цінності / Н. В. Костенко // Думка. – 1990. – № 1. – С. 77–83.

17. Левченко К. Лексико-семантичне угруповання англіцизмів у сленговій системі української мови / К. Левченко // Філологічні науки. Зб. наук. пр. – Полтава, 2011. – № 1 (7). – С. 71–80.

18. Мартос С. А. Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона : автореф. дис. … канд. філол. наук / С. А. Мартос. – Луган. нац. пед. ун-т ім. Т. Шевченка. – Луганськ, 2006. – 20 с.

19. Масенко Л. Суржик у системі розмовних форм побутування української мови / Л. Масенко // Дивослово. – 2007. – № 12. – С. 26–31.

20. Масенко Л. До проблеми вульгаризації мови: жаргон, вульгаризми, сленг в українській мові / Л. Масенко // Дивослово. – 2003. – № 6. – С. 20–21.

21. Овдієнко Н. Студентські ЗМІ як різновид журналістської практики в умовах Болонського процесу / Н. Овдієнко // Віче. – 2008. – №15. – С. 49–50.

22. Павелків Р. В. Вікова психологія : [підр.]. – К. : Кондор, 2011. – 468 с.

23. Паламарчук О. Україногліш (Ukraenglish) – суржик української та англійської мов / О. Паламарчук // Англійська мова та література : [наук.-метод. журн.]. – 2011. – № 9. – С. 28–29.

24. Перший словник українського молодіжного сленгу / укл. С. Пиркало. – К. : ВІПОЛ, 1998.

25. Пиркало С. Походження сучасного українського молодіжного сленгу / С. Пиркало // Українська мова та література. – 1998. – № 25. – С. 4–5.

26. Психологічний словник : [ред. – В. Войтюк]. – К., 2000. – 300 с.

27. Свердан Т. «Суржикізація» сучасних видань для дітей / Т. Свердан, Л. Радик // Дивослово. – 2006. – № 4. – С. 37–40.

28. Сілвер Кеті. Вчені: підлітковий вік треба збільшити до 24 років / Кеті Сілвер // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.bbc.com

29. Словник сучасного українського сленгу / упоряд. Т. М. Кондратюк. – Харків : Фоліо, 2006. – 350 с.

30. Соболева И. А. О семантико-понятийной соотнесенности и «конкуренции» понятий арго – жаргон – сленг – социолект / И. А. Соболева // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2013. – № 24 (283). – С. 24–31.

31. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови / Л. Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 464 с.

32. Ставицька Л. Український жаргон : словник / Л. Ставицька. – К., 2005. – 494 с.

33. Тараненко О. О. Колоквіалізація, субстантивація та вульгаризація як характерні явища стилістики сучасної української мови / О. О. Тараненко // мовознавство. – 2002. – № 4–5. – С. 35.

34. Тараненко О. О. Українсько-російський суржик: статус, тенденції, оцінки, прогнози / О. О. Тараненко // Мовознавство. – 2008. – № 1. – С. 14–30.

35. Тимошик М. С. Українська молодіжна преса в останній період існування СРСР. 1986–1991 : [монографія] / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2010. – 240 с.

36. Українська мова : Енциклопедія. – К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2000. – 752 с.

37. Український жаргон. Словник / авт.-уклад. Ставицька Л. – К. : Критика, 2005. – 496 с.

38. Христенко О. С. Німецький молодіжний сленг: лінгвокогнітивний та соціолінгвістичний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / О. С. Христенко. – К., 2009. – 18 с.

39. Шеремета К. Ю. Стилістичні функції сленгу в газетному тексті / К. Ю. Шеремета // Наукові записки Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя. Філологічні науки / [відп. ред. Г. В. Самойленко]. – Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2017. – Кн. 1. – С. 110–112.

40. Шумейко А. Сучасний український сленг : конотативний аналіз / А. Шумейко // Дивослово. – 2010. – № 7. – С. 31–34.

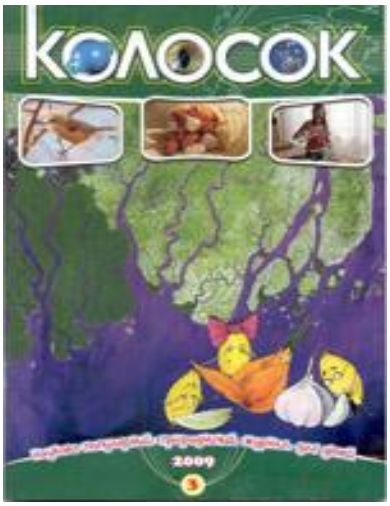
Сайти молодіжних журналів:

http://odnoklasnyk.org.ua/
http://prigodi-ua-ukrainskiy.journals.ua/

ДОДАТКИ

Додаток А

Дайджест сучасних молодіжних журналів



«Колосок»

Журнал «Колосок» визнаний кращим виданням 2008 року. Усеукраїнський природничий, науково-популярний журнал «Колосок» – яскравий путівник у світ науки. Якщо хочете більше знати про цікавий і різноманітний світ живої природи, читайте рубрики в журналі: «Планета Земля», «Жива природа», «Наука і техніка».

«Однокласник»

Цей корисний і цікавий журнал визнаний у 2005 році кращим молодіжним виданням України. Нові оповідання, новели, пригоди, консультації психологів, візажистів, сканворди, ребуси, постери вітчизняних та зарубіжних зірок, корисні поради від «Салону краси», «Смачні рецепти» друкуються в кожному номері «Однокласника». Показати свою ерудицію можна в конкурсах на сторінках журналу.

«Юний натураліст»

Додаток до журналу «Наука-фантастика». Багато цікавинок із життя флори та фауни, а також загадкових явищ природи можна прочитати на сторінках «Юного натураліста». А ще журнал допоможе ґрунтовніше пізнати навколишній світ, навчить бути небайдужим до рідної природи.

Продовж. дод. А

«Just Teen»

Новий креативний журнал для підлітків. Цей цікавий та пізнавальний кольоровий журнал – вірний друг та помічник у питаннях, що стосуються почуттів і роздумів, кохання та взаємостосунків між підлітками, вибору й поразок, відкриттів і несподіванок.

«Біологія для допитливих»

Науково-популярний журнал для тих, хто цікавиться біологією й усім, що пов’язано з живими організмами. Унікальна інформація про тварин, рослини й мікроорганізми. Новини біології та історії життя нашої планети. Подорожі лісами, морями, пустелями. Неймовірні пригоди дослідників. Історія біологічної науки. Усе це – доступно, цікаво та з кольоровими ілюстраціями в журналі «Біологія для допитливих».

«Географія для допитливих»

На сторінках друкуються найсучасніші наукові дані про нашу Землю. Можна подорожувати різними цікавими місцями. У журналі міститься інформація про науковців, учених, дослідників.

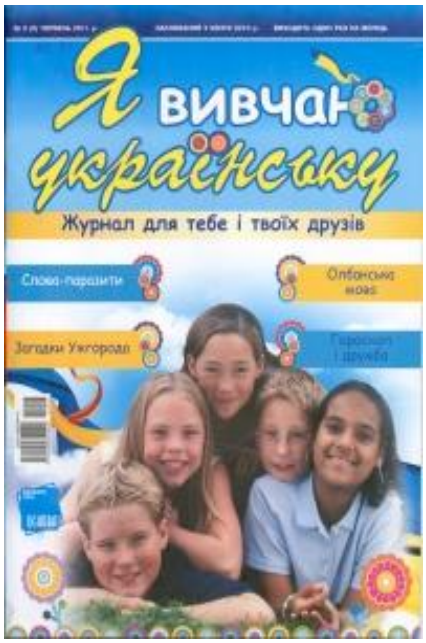
Продовж. дод. А

«Історія для допитливих»

Якщо бажаєте знати: що, де й коли відбувалось у давнину; як могли гуси врятувати Рим; чому Ольгу водночас називали й Мудрою, і Святою, і Хитрою, – тоді науково-популярний журнал «Історія для допитливих» саме для Вас. Адже тут можна знайти корисну інформацію, відповіді на будь-яке запитання, дізнатися про останні відкриття в історичних науках.

«Фізика для допитливих»

Читаючи науково-популярний журнал «Фізика для допитливих», можна дізнатися про історію наукових відкриттів, ознайомитися з тим, як закони фізики працюють на людей, дізнатися про останні досягнення у фізиці, провести цікаві домашні досліди та спостереження.



«Я вивчаю українську»

Це перший кольоровий журнал, у якому оригінально, яскраво, дотепно й пізнавально викладена інформація про українську мову та її походження, «пригоди» знайомих і незнайомих слів. На його сторінках правила стають легкими й зрозумілими. У часописі також друкуються мовні кросворди та ігри, розповідається про різні мовні цікавинки.

Продовж. дод. А

«Країна знань»

Сучасна молодь прагне дізнаватися про останні досягнення світової та української науки. Цей журнал містить статті з різноманітних галузей знань – фізики, хімії, біології, географії, історії, світової культури, розповідає про численні наукові відкриття. Журнал допоможе стати ерудованою, творчою, вдумливою молодою людиною.

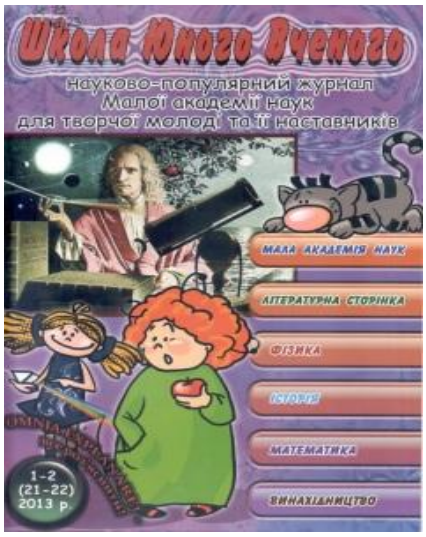
«Пригоди»

Сучасний журнал для підлітків, найкращий друг і порадник. У ньому вміщено ексклюзивні інтерв'ю з українськими й зарубіжними зірками. Журнал навчить орієнтуватися в модних тенденціях. А ще тут друкуються відповіді на запитання, що найбільше цікавлять підлітків (стосунки з батьками, друзями, вибір професій тощо). Також можна знайти різноманітні конкурси, психологічні тести, захоплюючі оповідання.

«Сто талантів»

Просто й ненав'язливо статті журналу промовляють до хлопця чи дівчини й допомагають їм увійти в доросле життя. Актуальні питання в рубриці «Сам на сам», тести, оповідання, статті про музику й спорт, моду й зовнішність, ломиголовки та рубрика «Шукаю талановитих друзів» – усе те, що цікавить підлітків.

Продовж. дод. А



«Школа юного вченого»

Це науково-популярний журнал, який видається за сприяння Національного центру Малої академії наук України для творчої молоді та її наставників. Від інших видань він відрізняється тим, що в ньому друкуються не тільки статті, написані вченими, учителями, а й публікації дослідницьких робіт учнівської та студентської молоді в багатьох галузях знань – фізиці, історії, математиці, хімії.

Додаток Б

АНКЕТА

Мета – з'ясувати місце періодики в споживчому кошику читачів сучасної преси – молодих людей, визначити вплив журнальних матеріалів на формування особистості підлітків.

Інформація про опитуваного:

Ваша стать: □ - чол., □ - жін.;

Ваш вік: □ - 19 років, □ - 20 років;

Ви мешкаєте □ - у місті, □ - у селі.

1. Які молодіжні журнали Ви знаєте?
   _____
2. Які молодіжні журнали Ви читаєте?
   _____
3. Із яких ЗМК Ви отримуєте інформацію:
   □ - телебачення, □ - радіомовлення, □ - газети, □ - журнали, □ - Інтернет, □ -інші:
   _____
4. Як Ви отримуєте молодіжну періодику:
   □ - купую, □ - передплачую, □ - читаю в бібліотеці, □ - беру в друзів, □ - не читаю взагалі.
5. Який аспект журнальних видань Вас найбільше цікавить:
   □ - комунікативний, □ - виховний, □ - навчальний, □ - пізнавальний, □ - розвивальний, □ - розважальний, □ - інтерактивний.
6. Публікації якої тематики Вас цікавлять найбільше:
   □ - політика, □ - новини, □ - музика, □ - спорт, □ - культура, □ - про життя зірок, □ - навчання, □ - інше:
   _____
7. Що Вам найбільше подобається в сучасних молодіжних журналах:
   □ - цікаві статті, □ - актуальні репортажі, □ - розважальні матеріали, □ - об'єктивність висвітлення теми, □ - правдивість наведеної інформації, □ - доступність висловлюваного, □ - стиль оформлення, □ - якість видання, □ - інше:
   _____
8. Що Вам не подобається в журналах:
   _____
   _____
   _____
9. Які Ви бачите причини того, що сучасна молодь мало читає пресу:
   _____
   _____
   _____
10. Наскільки важливу, актуальну й значущу інформацію Ви черпаєте для себе зі сторінок молодіжних часописів:
    □ - надзвичайно важливу, □ - важливу певною мірою, □ - неважливу.
11. Чи впливають журнальні публікації на формування Вашого світогляду, формування смаків і вподобань:
    □ - так, □ - певною мірою, □ - ні.

Дякуємо за чесні відповіді!

ЗРАЗОК