

УДК 004.338.5

## Сленг в интернет-изданиях. Проблема идентификации сленга

Смирнов О.К., Гордеева И.А.

Таврический национальный университета  
им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Украина

*Возникновение данной темы исследования вызвано низкой изученностью проблемы. Это связано с тем, что большинство исследований сленга не выходят за рамки описания сленга, употребляемого в определенной местности или определенной социальной группой, при этом не делается попыток лингвистических обобщений или выводов, которые можно было бы применить к сленгу других регионов или социальных групп не только в реальном общении, но и в интернет пространстве.*

**Ключевые слова:** сленг, интернет-издания, лингвистика, социолект, социальная группа.

Актуальность выбранной темы определяется интересом современных лингвистов к вопросам изучения такого составляющего русского языка, как молодежный сленг.

Основной целью исследования было доказать, что сленг – это не проблема современного языка, а органическая и необходимая часть речевой системы.

Для достижения поставленной цели в работе предусматривается решение ряда поэтапных задач:

1. Доказать, что сленг имеет свою историю, является функциональной единицей языка.
2. Доказать, что молодежный язык – не нарушение норм речи, а один из составляющих современного «социолекта», а также активное и яркое проявление массовой языковой городской культуры.
3. Описать основные источники и причины формирования молодежного языка конца XX в.
4. Проанализировать коммуникативные характеристики сленговых единиц и определить их прагматическую ценность, а также выявить основные функционально-стилистические особенности текста молодежных журналов.

Материалом исследования послужили журналы «АГюШ», «Молоток», «СЕЙЧАС», «Компьютер-Информ», «Тье Капсюгп Ноше» (2007-2009 г.г.).

Теоретическая и практическая ценность заключается в расширении проблемы использования молодежного сленга, рассмотрении его как неотъемлемого составляющего русской культуры.

Несмотря на кажущееся изобилие литературы по сленгу, тематика и задачи научных и научно-популярных работ по сленгу оказываются ограниченными. Если работы посвящены так называемому специальному сленгу, то есть сленгу отдельных социальных групп, то их характер оказывается чисто

описательным, а не аналитическим, и часто посвящен социальным, а не лингвистическим особенностям сленга. Такие работы описывают сленг, употребляемый одной или несколькими социальными группами, но не делают обобщающих выводов об общих чертах, которые могут объединять сленг разных групп, и часто ограничиваются перечислением сленгизмов с их «переводом» на стандартный язык и историей возникновения. В работах, посвященных общему сленгу, то есть сленгу, употребляемому большинством носителей языка, есть удачные попытки исследования того, как посредством сленга передается социолингвистическая информация, но выводы здесь делаются на основании отдельных сленгизмов в их словарных значениях, без контекстов употребления.

Изучение сленга затрудняется несколькими факторами:

Во-первых, существует терминологическая путаница относительно понятия «сленг», и работы, в которых заявлено, что основной их темой является сленг, посвящены на самом деле профессиональному жаргону или другим, близким сленгу, но все же отличным от него явлениям. Во-вторых, многие исследователи считают сленг паразитирующим явлением, «засоряющим» литературный язык и недостойным научного изучения, что особенно касается британских лингвистов неизменно ратовавших за «чистоту стиля».

В-третьих, затруднен поиск материала: естественным способом бытования сленга является устная речь, а собрать необходимое количество устных текстов труднее, чем письменных текстов, и даже в устных текстах информанты не склонны употреблять сленг в присутствии исследователя. Происхождение термина «сленг» представляет собой не меньшую загадку, чем определение этого термина. Этот термин появился в английском языке в 18 веке и первоначально обозначал особый язык бродяг и преступников, а свое современное значение приобрел в 19 веке. Существует несколько предположений происхождения термина «сленг»: одно из них предполагает, что «сленг» происходит из исчезнувшего английского диалектизма. Некоторые исследователи считают, что «сленг» происходит от французского слова «язык». Все же ни один исследователь не смог представить убедительных доказательств в пользу своей версии, и происхождению термина «сленг» остается загадкой [1, с. 68].

За время своего существования термин «сленг» потерял конкретное значение и перешел в оценочную характеристику, что, конечно же, весьма затрудняет рассмотрение данного языкового явления. Сленг действительно оставался (и до сих пор остается) вне сферы внимания большинства лингвистов. Одним из результатов такого пренебрежения оказывается размытость значения термина «сленг». И.Р. Гальперин в своей статье «О термине «сленг» [9,107-114] обращает внимание на то, что под термином «сленг» различные исследователи и составители словарей понимают разные явления, и к моменту написания статьи не существовало сколь-нибудь удовлетворительного определения сленга.

И.Р. Гальперин отмечает, что в языкознании нет четкого понятия сленга. Вся лексика того или иного языка делится на литературную и нелитературную. К литературной относятся: 1. Книжные слова 2. Стандартные разговорные слова 3. Нейтральные слова. Вся эта лексика, употребляемая либо в литературе, либо в устной речи в официальной обстановке. Существует также нелитературная лексика, ее делят на: 1) Профессионализмы 2) Вульгаризмы 3) Жаргонизмы 4) Сленг. Эта часть лексики отличается своим разговорным и неофициальным характером.

Для определения того, что есть сленг, нужно сравнить это явление с близкими, но не тождественными терминами: разговорные выражения, жаргон и арго, выявить

общие черты и отличия, и сформулировать на их основании определение термина «сленг». Также необходимо выяснить, какие черты сленга являются определяющими для понимания этого термина, а какие – дополнительными. Смешение терминов «сленг», «жаргон» и «арго» идет со времени появления этих терминов в английском языке, то есть с восемнадцатого века. «Сленг», как уже упоминалось, имеет неизвестное происхождение, а «жаргон» и «арго» пришли из французского языка, где означали «специфическую речь социальных групп» и «городское просторечие».

Молодежный сленг – социальный диалект людей в возрасте 13–30 лет, возникший из противопоставления себя не столько старшему поколению, сколько официальной системе. Бытует в среде городской учащейся молодежи и отдельных замкнутых референтных группах.

Молодежный сленг, как и любой другой, представляет собой только лексикон на фонетической и грамматической основе общенационального языка, и отличается разговорной, а иногда и грубо-фамильярной окраской. Наиболее развитые семантические поля – «Человек», «Внешность», «Одежда», «Жилище», «Досуг». Большая часть элементов представляет собой различные сокращения и производные от них, а также английские заимствования или фонетические ассоциации. В настоящее время на развитие молодежного сленга большое влияние оказывает компьютеризация (передача смысла, идеи, образа при появлении компьютера получила дополнительные возможности по сравнению с письмом и печатью). Сленг не остается постоянным. Со сменой одного модного явления другим, старые слова забываются, им на смену приходят другие. Этот процесс проходит очень стремительно. В молодежном сленге лишь за прошедшее десятилетие бурного мирового прогресса появилось и ушло в историю невероятное количество слов. Но есть и такие вещи, которые не подверглись особым изменениям. Но и их сленговые обозначения не остаются неизменными. Идет процесс смены поколений, и те слова, которые казались модными пять-семь лет назад, сейчас выглядят устаревшими. Меняется мода, тенденции в обществе. Нельзя также обойти стороной и такую проблему, как переход слов из сленга в разряд литературных. Чаще всего, такими становятся достаточно старые, успевшие притереться сленговые слова. Слово при этом теряет свою эксцентричную окраску. Немаловажную роль в этом играют газеты и журналы. Сленговое слово появляется в них в большинстве случаев из-за того, что литературные слова, им соответствующие, неудобны при частом использовании или же вообще отсутствуют. Журналы же, вообще употребляют сленговые слова в изобилии, дабы создать более веселую, молодежную атмосферу.

Из всего вышесказанного следует, что сленг помогает ускорить этот процесс, когда язык пытается угнаться за потоком информации. В этом вопросе русский язык, вне всяких сомнений, находится под непосредственным влиянием английского языка. И мы не сможем остановить этот процесс, до тех пор, пока сами не станем создавать что-то уникальное. Как мы видим, молодежный сленг в большинстве случаев представляет собой английские заимствования или фонетические ассоциации, случаи перевода встречаются реже, да и то благодаря бурной фантазии молодых. К привлечению иностранных слов в язык всегда следует относиться внимательно, а тем более, когда этот процесс имеет такую скорость.

Использование сленга в средствах массовой информации обуславливается выбором определенной целевой аудитории, в данном случае – молодежи. И естественным путем завоевания их внимание является особая форма подачи информации – материалы с употреблением сленга, как явления современной речевой культуры.

Особое внимание к использованию сленга в СМИ замечено в наиболее развитых семантических полях и после мониторинга электронных изданий, мы пришли к выводу, что существует пять тематических групп сленгизмов: «Человек», «Внешность», «Одежда», «Жилище», «Досуг».

Результаты исследования представлены в Таблице-приложении №1.

Лексико-семантические поля	Издание	Сленгизмы	Функции сленгизмов в материале
«Человек»	Интернет-газета «СЕЙЧАС»	Реальный МЧ, девушка-скороспелка, фраер	Информационная функция. Использование сленга в описании не только внешности человека, но и духовного мира с помощью сленга, в данном случае как метафоры.
	«Интернет-газета Компьютер-Информ»	Юзер, аккаунтщик	
	Журнал «Молоток»	Крутой, перец, чикса, мэн, бэйба	
	Интернет-издание «АйеЫ»	бой, конфетка	
«Внешность»	Интернет-газета «СЕЙЧАС»	Этакий торконутый	Информационная функция. Интегративная функция. Формирование общества и ощущения сопричастности каждого ко всем.
	«Интернет-газета Компьютер-Информ»	Продвинутые юзеры выглядят оторвано	
	Журнал «Молоток»	Клевый, зачетный, аццкий	
	Интернет-издание «АйеШ»	Фортовая, бэнч	
«Одежда»	Интернет-газета «СЕЙЧАС»	Ансамбль шмоток	Информационная и культурно-просветительская функции. Привлечение целевой аудитории в определенную систему.
	«Интернет-газета Компьютер-Информ»	Фанера, жесь, Кульная экипировка	

Сленг многофункционален. Прежде всего, он дает иронический эффект – уже по способу словообразования он предназначен именно для сленга. Итак, оценивая молодежный сленг в целом, можно сказать следующее. Как и при использовании любого языка или сколь угодно малого подязыка, здесь также возникает подобие «лингвистической относительности». Эта «относительность» имеет чисто эмоциональный характер, сленг построен так (и для того), чтобы создать эффект «двойного отстранения» – не только описанная на сленге реальность кажется отстраненной, но и сами носители сленга отстраняют себя от окружающего мира. Первая отстраненность стремится быть иронической. Что касается «второй отстраненности», то, видимо, это уже свойство и функция не только данного сленга. Здесь, на мой взгляд, проблема становится в разряд общекультурных. Мне кажется, что история сленгов – всегда поучительная – для нас особенно важна это история не окраин культуры, а культуры, так вывернувшейся, что она вся, без остатка, стала «окраинной культурой», как и все перевернутое вверх ногами общество.

Касательно сленга, как неотъемлемой части современного социолекта, можно сделать вывод, что сленг – это вид коммуникации для определенного сегмента читателей Интернет-изданий, ведь исторически сложилось так, что этот подязык становится составляющей русской культурной речи, модифицирующийся в норму литературного языка. Если говорить о преимуществах и недостатках сленга в журналистских материалах, то следует заметить, что сленг усиливает впечатление от прочитанного, помогает лучше понимать написанное, если это тематический материал, дает ощущение причастности к обществу, что немаловажно для многих – это достоинства сленга. Недостатки же заключаются в некоей фамильярности с читателем, упрощении материала, который претендует на социально-значимый и т.д. В итоге, опираясь на информацию, поданную в табл. 1, о зависимости лексико-семантических полей и изданий, мы можем проследить тенденцию: у каждого тематического издания свое семантическое поле, в котором и используются сленгизмы, то есть каждой теме – свой вид сленга. Однако, следует заметить, что некоторые сленговые конструкции уже проникли в литературный русский язык и закрепились как устойчивые – в этом им способствовало частое употребление оных в СМИ. На поставленный вопрос: проблема ли сленг в русском языке, ответ последует однозначный – нет. В данном исследовании мы доказали, что сленг органично взаимодействует с языковой системой, развивая ее и расширяя границы использования языковых частей. Мы пришли к **выводу**, что молодежный сленг – это еще и проявление городской социокультуры, проявляется в публикациях и приобщается таким образом к литературному жанру посредством журналистского материала.

В дальнейшем интересно было бы проследить, как будет и будет ли вообще развиваться принцип построения текстов с ориентацией на сленг, насколько широко будут распространяться приемы языковой игры и как они могут взаимодействовать с другими видами игрового поведения.

### Список литературы

1. Береговская Э.М. Студенческий сленг: формирование и функционирование. // Вопросы языкознания / Э. М. Береговская. – М.: 1996. – 680 с.
2. Борисова Е.Г. О некоторых особенностях современного жаргона молодежи // Русский язык в школе / Е. Г. Борисова. – М.: 1987. – 230 с.
3. Гуц Е.Н. Ненормативная лексика в речи современного городского подростка (в свете концепции языковой личности): Дис. ... канд. филол. наук. / Е. Н. Гуц. – Омск, 1995. – 150 с.
4. Гальперин И.Р. О термине сленг // Вопросы языкознания / И. Р. Гальперин. – М.: 1956. – № 6 – 160 с.

5. Елистратов В. Арго и культура. / Елистратов В. Словарь московского арга: Материалы 1984-1990гг. – Москва, 1994. – 320 с.
6. Есперсен Отто. Философия грамматики / О. Есперсен. – Эдиториал УРСС; 2002 г. Жаргон // Энциклопедический словарь, начатый проф. И.Е.Андреевским, продолженный под ред. К.К.Арсеньева и засл. проф. Ф.Ф.Петрушевского. Т. XIa / Издатели Ф.А. Брокгауз (Лейпциг), И.А.Ефрон (СПб). – СПб, 1892. Компьютерный жаргон. Лихолитов П.В. \ \ Русская речь, 1997. – №3.
7. Евстигнеев А. Сплошной развод // Молоток / А. Евстигнеев. –2000. – № 20. – С. 12
8. Копыленко М. О семантической природе студенческого жаргона // Социально-лингвистические исследования / М. Копыленко. – М.:1976. – 120 с.
9. Лапова Е.Б. О студенческом жаргоне // Русский язык. / Е. Б. Лапова. – Минск,1990. – Вып.10. – 325 с.
10. Ковалева С.М. Современный энциклопедический словарь. / С. М. Ковалева. – М.: 1995. – 450 с.

*Смирнов О. К., Гордеева И.О. Сленг в интернет-виданях. Проблема ідентифікації сленгу // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации» – 2012. – Т.25 (64). – № 4. Часть 1. 53-58.*

*Виникнення даної теми дослідження викликано низькою вивченістю проблеми. Це пов'язано з тим, що більшість досліджень сленгу не виходять за рамки опису сленгу, вживаного в певній місцевості або певній соціальної групі, при цьому не робиться спроб лінгвістичних узагальнень або висновків, які можна було б застосувати до сленгу інших регіонів або соціальних груп не тільки в реальному спілкуванні, але і в інтернет просторі.*

*Ключові слова:* сленг, інтернет-видання, лінгвістика, соціолект, соціальна група.

*Smirnov O. K., Gordeeva I. Slang in the online editions. The problem of identification of slang // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communications». – 2012. – V.25 (64). – № 4. Part 1. – P. 53-58.*

*The emergence of this research topic due to a low of study of problem. This is due to the fact that most studies do not slang beyond the description of slang, which are used to a certain locality or a particular social group, while not done attempts to linguistic generalizations or conclusions, which could be applied to other regions of the slang or social groups not only in real communication, but also in the Internet space.*

*Key words:* slang online publications, linguistics, sociolect, social group.

*Поступила в редакцію 28.09.2012 г.*