

УДК 81`276.3-053.6 : 81`42 : 007

УПОТРЕБЛЕНИЕ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В СОВРЕМЕННОМ ДИСКУРСЕ

Е. С. Велим

Тверской государственный университет
кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

Сленг представляет собой постоянно развивающееся явление, динамическую систему. При смене одного модного явления другими одни слова забываются и появляются новые. Этот процесс проходит очень стремительно. В молодежном сленге только за последнее десятилетие активного мирового прогресса обновилось невероятное количество слов. Основными причинами функционирования молодежного сленга является уход от обыденности, ирония, игра. Непринужденный молодежный сленг стремится уйти от скучного мира взрослых. Вследствие того, что носители молодежного сленга составляют многочисленную и социально активную часть структуры современного общества, сленгизмы активно проникают в публицистику, завоевывая язык прессы, и становятся составляющим элементом культуры.

Ключевые слова: *молодежный сленг, сленговый текст, «язык молодежи», язык масс-медиа, современный медийный дискурс.*

Понятие сленга все более привлекает внимание современной журналистики.

В российском языкознании чаще всего приводится определение В. А. Хомякова: «Сленг – это относительно устойчивый для определенного периода, широко употребительный, стилистически маркированный (сниженный) лексический пласт, компонент экспрессивного просторечия, входящего в литературный язык, весьма неоднородный по своим истокам, степени приближения к литературному стандарту, обладающий пейоративной экспрессией» [8, с. 34]. Здесь можно обратить внимание на следующие признаки сленга: степень приближения к литературному стандарту «весьма неоднородна», то есть можно найти примеры «почти стандартные» и «совсем не стандартные» [8, с. 38].

Иная трактовка предлагается в «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахмановой: «Сленг – 1. Разговорный вариант профессиональной речи; 2. Элементы разговорного варианта той или иной профессиональной или социальной группы, которые, проникая в литературный язык или вообще в речь людей, не имеющих прямого отношения к данной группе лиц, приобретают в этих языках особую эмоционально-экспрессивную окраску» [1, с. 419]. Также найдем определение сленга в Энциклопедическом словаре: «Сленг – 1. Речь профессионально обособленной группы в противоположность литературному языку; 2. Это вариант разговорной речи, не совпадающий с нормой литературного языка» [6, с. 420].

Попробуем обобщить наиболее существенные свойства сленга и дать ему определение: сленг – это нелитературная эмоционально окрашенная лексика, возникающая и употребляющаяся прежде всего в устной речи; характеризуется более или менее ярко выраженной фамильярной окраской слов, что ограничивает

стилистические границы его употребления и отличается большим разнообразием оттенков (ироническая, насмешливая, презрительная, пренебрежительная, грубая, вульгарная). Сленг – это яркий стиль живого, подвижного языка, движущегося в ногу со временем и реагирующего на любые перемены в обществе. Молодёжный сленг подобен его носителям – громкий, резкий, дерзкий. Это результат своеобразного желания молодежи изменить мир; проявить свою индивидуальность; зашифровать свою речь, сделать непонятной для непосвященных; идентифицироваться в компании, обозначить, что ты «свой».

Современный молодежный сленг образует динамическую систему, постоянно развивающуюся на базе общенародного русского языка. Сравним два выражения. На книжном, литературном языке оно звучит так: «Я испытываю сильное приятное чувство от этой песни». На сленге: «Я просто тащусь от этого музла!» [2, с. 14]. Сленговым словам свойственна завышенная экспрессия, модная неология, языковая игра. Например: «...мы будем рубить до последнего, музыка нам в кайф...» [2, с. 14]; «...я искренне прусь от нашего музла, поэтому на концертах неистово угараю и колбашусь!» [10, с. 32].

Сленговые новообразования делятся на стилистически нейтральные (не засоряют речь) и стилистически сниженные (считаются явлением негативным). Чаще всего молодежь обращается именно к тем лексическим единицам, которые являются стилистически сниженными. Из-за этого возникает непонимание молодежного сленга, его отрицание. Чрезмерное употребление сленга провоцирует и на переход на нецензурную лексику. Например: «Йоу! Да пипец как рады <...> Дела ништяк...» [3, с. 43]; «...ну хрен знает насчет этого фестиваля...» [9, с. 16] и т. д.

Исследование сленга в языке молодежных печатных СМИ является важной задачей. В первую очередь это связано с тем, что молодежные журналы в процессе передачи информации воздействуют на молодого человека, его мышление и мировосприятие. На сегодняшний день все медиа активно участвуют в формировании мнений, сознания, чувств, вкусов у читательской аудитории, особенно у молодого поколения. А ведь язык СМИ, который, к сожалению, не всегда следует правилам и нормам литературного языка, является своего рода основой культурных межличностных взаимоотношений. Средства массовой информации вполне осмысленно употребляют сленговые выражения в медийном дискурсе с целью быть ближе к читателю, но зачастую адресат воспринимает данные тексты как образец речевого этикета и в дальнейшем воспроизводит в своей речи. Тем самым молодое поколение становится главным носителем данного сленга.

Что касается различных периодических изданий, то «скопление» лексики из молодёжного сленга происходит в таких рубриках, как письма читателей, критика и отзывы на видеофильмы, книги, компьютерные игры, интервью с молодёжными лидерами-знаменитостями и т. д. Например, обратимся к музыкальному молодёжному журналу «Металайзер»: «Ладно, если Пипец – это был еще более-менее сносный парадийный римейк на культовую тему комиксовых анимашек, то пародия на пародию – это уже тоскливо» [9, с. 58]; «И пишу я сейчас такой же бред, какой увидела на экране. Так что удивляться нечему – чем удобряли, то и выросло!» [9, с. 59]; «В очередной раз повторяться на тему говенной авторской игры, никакущей попытки постебаться над бондовским технологическими примочками? Скучно, как штопать сибирский валенок!» [11, с. 58]; «Можно еще жесточайшим образом простебать унылую, как

февральский пляж Строгино... но это будет похоже на глубоко интеллектуальный бредогон коммунальной кухни относительно поитических инсинуаций США в сторону передачи япошкам островов Итуруп и Шикотан. Эффект нулевой... вообще опускается ниже канализационного дерьмища» [11, с. 58]; «Зато я впервые вижу фильм, настолько дебильный и никчемный» [11, с. 58]; «Режиссера, сценариста, вместе со всем стадом продюсеров, любовниц и потомков до седьмого колена рекомендуется затащить на многоэтажный костер киноинквизиции и подпалить напалмло, не жалеючи...» [11, с. 60]; «...за каким хреном этот уродский фильм снабдили маркой тридешника, видимо, тоже исходя из нереальных амбиций режиссерско-спонсорской свинарнии» [11, с. 60]; «...схожего с забавным и местами умиливающим в своей наивности Пипцом» [11, с. 60]; «в этом мире нельзя делать ни под каким соусом две вещи...» [11, с. 60]. И это все только в одной статье Ангелины Кипеловой о фильме «Зеленый шершень»!

Молодые люди на страницах печатных СМИ и сами очень интересно характеризуют сленг и его использование, сравнивая его с первоклассным коктейлем: «Короче говоря, хороший, не бьющий по ушам эксклюзивный язык, похож на показательный коктейль дипломированного бармена – в нем десятки ингредиентов, но они настолько виртуозно смешаны, что не разберёшь, где заканчивается одно и начинается другое» [4, с. 107].

Молодежный сленг является средством общения большого количества людей, объединенных возрастом. Он охватывает практически все области жизни, описывает практически все ситуации, кроме скучных, поскольку сленговое слово рождается как результат эмоционального отношения говорящего к предмету разговора. Сленг – это постоянное словотворчество, в основе которого лежит принцип языковой игры. Нередко именно комический, игровой эффект является главным в сленговом тексте. Молодому человеку важно не только *что* сказать, но и *как* сказать, чтобы быть интересным рассказчиком. Сленг имеет довольно строгие границы уместности и адекватности. Именно поэтому его появление в СМИ вызывает неоднозначную реакцию: люди, привыкшие быть с газетой «на вы», категорически не приемлют эту тенденцию. А молодежи, которая видит в прессе и на телеэкране «свою тусовку», напротив, приятно чувствовать себя причастной к освещаемым событиям.

Как известно, в содержание социолингвистического понятия *язык молодежи* закладывается противопоставленность основной части языка (литературной, кодифицированной), так называемого стандарта – субстандарту. «В этом заключается, по мнению ученых, внутренняя оппозиционность концептосферы «язык молодежи» и ее лингвистических репрезентаций» [7, с. 17]. Молодежная часть русскоязычного населения в большой степени переходит границы общественных норм – языковых, эстетических, этических, в то время как взрослая часть общества более строго следует данным нормам.

Но как ни грустно это осознавать, идти в ногу со временем не каждому под силу, и дело здесь не только в физическом состоянии, но и в том, что все новшества и нарождающиеся явления, которые с легкостью воспринимает молодежь, не всегда может понять и принять старшее поколение. «Бурно развивающиеся информационные технологии нацелены на расшатывание консервативных оков во всех сферах жизни общества и в обслуживающем его русском литературном языке. В традициях последнего – вдумчивое и неспешное отношение к отбору и закреплению в качестве нормы того или иного языкового

факта, вовлеченного (как правило, через масс-медиа) в живой коммуникативный процесс, в современный дискурс» [5, с. 294].

Список литературы

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия, 1966. 607 с.
2. Апропиана «Who Dies in Siberlan Slush» // *Metalizer*. 2013. № 19. июль. С. 14–15.
3. Елисеев В. «Molecu» // *Metalizer*. 2011. № 16. Март. С. 43–44.
4. Лепкова Я. Круто говорим! // *Cosmopolitan*. 2010. Февраль. С. 107–108.
5. Лисицкая Л. Г. Прагматическая адекватность медиатекста: взаимодействие контента и аксиологии: дис. ... докт. филол. наук: 10.01.10. Краснодар: Кубан. гос. ун-т. 2010. 355 с.
6. Советский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1980. 1600 с.
7. Химик В. В. Язык современной молодежи // *Современная русская речь: состояние и функционирование: сб. аналитич. мат-лов; под ред. С. И. Богданова, Л. А. Вербицкой, Л. В. Московкина, Е. Е. Юркова*. СПб.: Филол. ф-т СПбГУ, 2004. С. 7–66.
8. Хомяков В. А. Нестандартная лексика в структуре английского языка национального периода: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Л.: Ленингр. гос. ун-т, 1980. 39 с.
9. *Black Metal* // *Metalizer*. 2011. № 17. Август. С. 16.
10. *Endname* // *Metalizer*. 2011. № 18. ноябрь. С. 32–33.
11. *Metalizer Cinema*. Рубрику ведет Ангелина Кипелова // *Metalizer*. 2011. № 16. Март. С. 58–60.

THE USE OF YOUTH SLANG IN MODERN DISCOURSE

E. S. Velim

Tver State University

The department of journalism, advertising and public relations

Slang is a constantly evolving phenomenon, dynamic system. When changing one fashion phenomenon in other words alone are forgotten, and new ones appear. This process takes place very rapidly. In the youth slang just in the last decade active world progress has been updated incredible number of words. The main reasons for the functioning of youth slang is an escape from everyday life, the irony, the game. Informal youth slang seeks to escape from the boring world of adults. As a result, choanocytes youth slang are numerous and socially active part of the structure of modern society, slang words actively penetrate into journalism, winning the language of the press, and become a constituent element of culture.

Key words: *youth slang slang text, "the language of the youth", the language of the mass media, modern media discourse*

Об авторе:

ВЕЛИМ Елена Сергеевна – аспирантка кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (170100, Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: ellwel@mail.ru