

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В КАЗАХСТАНСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация

Статья посвящена функционированию молодежного жаргона в казахстанском публицистическом дискурсе. Актуальность данной проблемы заключается в том, что язык — явление, меняющееся с течением времени, в нем постоянно происходят преобразования. В статье отмечается, что динамику языка можно наблюдать в публицистической и разговорной речи, т.к. это наиболее активно употребляемая часть языка. Средства массовой информации активно следят за тенденциями и изменениями в языке для того, чтобы быть ближе к аудитории, быть понятнее ей и востребованной в среде целевой аудитории. В статье рассматриваются особенности жаргонной лексики, которые отличаются от других разновидностей языка и какое значение данный феномен имеет в молодежной субкультуре. Представлен активно используемый словарь современной казахстанской молодежи.

Ключевые слова: дискурс, жаргон, сленг, социолект, медиасреда, СМИ, разговорный стиль, публицистический дискурс.

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ПУБЛИЦИСТИКАЛЫҚ ДИСКУРСТАҒЫ ЖАСТАР СЛЕНГІНІҢ ҚЫЗМЕТ ІСТЕУІ

Аңдатпа

Мақала қазақстандық жастардың публицистикалық дискурстағы жаргонизіміне арналған. Оның ерекшелігі, бұл тілде өзгеретін құбылыс болып табылады, ондағы өзгерістер үнемі болып тұрады. Сондықтан тілдің динамикасын публицистикалық және ауызекі сөйлеу тілінен байқауға болады, себебі бұл тілдің ең белсенді бөлігі. Тындаушыға түсінікті әрі жағымды болу үшін, БАҚ тілдегі үрдістер мен өзгерістерді белсенді қадағалап отырады. Мақалада тілдің басқа түрінен ерекшеленетін жаргон лексиканың ерекшеліктері және жастар арасындағы субмәдениетте қандай маңызы бар екендігі туралы айтылады. Қазіргі қазақстандық жастардың белсенді пайдаланатын сөздігі ұсынылған.

Кілт сөздер: дискурс, жаргон, сленг, социолект, медиа, БАҚ, сөйлеу стилі, публицистикалық дискурс.

OPERATION OF YOUTH SLANG IN KAZAKHSTAN PUBLIC DISCOURSE

Annotation

The article is devoted to youth jargon in the Kazakhstan publicist discourse. It is relevant in that language is a phenomenon that changes over time, and transformations constantly occur in it. Therefore, the dynamics of the language may be observed in journalistic and colloquial speech, because it is the most actively used part of the language. The media actively monitor trends and changes in the language in order to be closer to the audience, to be more understandable to it and in demand among the target audience. The article discusses the features of slang vocabulary, which differ from other varieties of the language and what significance this phenomenon has in the youth subculture. An actively used dictionary of contemporary Kazakhstan youth is presented at this work.

Keywords: discourse, jargon, slang, sociolect, media, mass media, colloquial speech, publicist discourse

В современном мире жаргонная лексика массово используется широкими группами пользователей языка независимо от социальной, профессиональной, территориальной принадлежности и условий коммуникации. Ученые-лингвисты говорят о возникновении в конце XX века нового явления в русской речи — общего жаргона, под которым понимается «тот пласт современного русского жаргона, который, не являясь принадлежностью отдельных социальных групп, с достаточно высокой частотностью встречается в языке средств массовой информации и употребляется всеми жителями большого города, в частности образованными носителями русского литературного языка» [1, с. 70]. Слова-жаргонизмы утрачивают признак корпоративной принадлежности, т.е. распространены в речевой практике каких-либо определенных групп общества. При этом они до сих пор являются отличительными признаками социолектов — замкнутых лексических субкультурных сообществ [2], [1].

Проникновение жаргонных слов в широкоупотребительную публицистическую и разговорную речь происходит в естественном процессе смены поколений. Размыванию границ между социолектами способствует всеобщее распространение интернет-технологий, в особенности социальных сетей и видео-хостингов (таких как YouTube). Молодое поколение, активно используя данные сервисы, обменивается сленговыми словами и выражениями, способствуя их вхождению в разговорную норму русского языка вне зависимости от их географического положения.

В то же время под воздействием различных факторов формируются региональные особенности. Основным фактором формирования региональных молодежных социолектов является воздействие и взаимодействие с другими языками. На социолект казахстанской молодежи оказывают влияние:

1. общий социолект русскоязычной молодежи,
2. казахский язык,
3. английский язык,
4. интернациональные идеограммы (эмодзи).

Нами было проведено анкетирование студентов казахского и русского отделений университета, учащихся старших классов казахской школы с целью выявления жаргонизмов в молодежной речи. Среди наиболее

частотных в активный словарь современной казахстанской молодежи вошли следующие выражения:

анау-мынау, сиыр-бузау — и то и это/то да се

аоао — мимо

асарить (каз. *асар*) — бескорыстно помочь

басе (каз. *бәсе*) — выражение удивления или одобрения

бишарашка (каз. *бейшара*) — жалкий человек

борх — используется в Актюбинской области в отношении невоспитанного человека

брачка — человек мужского пола, являющийся младшим по возрасту

бро — брат

бухарик — алкаш

бухать — распивать спиртное

бырдануть, бортануть — толкнуть

вписка — вечеринка

все на мази — все в порядке

гайз (англ. *guys*) — ребята

гоу/гоуте (англ. *go*) — идем/идемте

дегендей — как бы

джабчиг — колхозник

джандыргалка — зажигалка

джиги — пацаны

джунгарить — беспредельничать

допиликать, допереть, чапать, чалить — дойти

жугермек (каз. *жүгермек*) — человек, которому поручают не самую важную физическую работу

зарядка — зарядное устройство

звз — завязывай (прекращай)

зыйт давай — уходи быстрее/убегай

ивент (англ. *event*) — событие

игнорщик — игнорирующий человек

извянки — извините

изи (англ. *easy*) — легко

инстаграмить — создавать посты в Инстаграме

иу — фу, не очень

көке-жаке — люди сверху, оказывающие поддержку делу

корпоративиться — веселиться на корпоративной вечеринке

крэйзи (англ. *crazy*) — сумасшедший,

ку — привет

кэш (англ. *cash*) — деньги

лс, личка — личное сообщение

лук (англ. *look*) — одежда/образ

ля... — многозначное междометие

магаз — магазин

мазевый — хороший/классный

мал — диковатый человек, с которым сложно договориться
мейк ап (англ. *take up*) — макияж
не там — что там
не хабар — о чем идет речь
ня — мило
няшка — милая
ок, окей — выражение согласия, одобрения
ору — громко смеяться
отыграть кассу — вернуть долг
плиз (англ. *please*) — пожалуйста
погонять чаи — посидеть в какой-нибудь кофейне
раха (каз. *рахмет*) — спасибо
рахатизм — получать удовольствие
респект (англ. *respect*) — уважение
ровный — правильный парень
сига/сиги — сигарета/сигареты
собрать кассу — накопить деньги
солай го — так и есть
солай де — значит так говоришь
сорри — извини
соска — красивая девушка
сотка — мобильный телефон
спс — спасибо
сушняк — вода или любой безалкогольный напиток
тема — круто
тормоз — тугодум
трабл (англ. *trouble*) — проблема
туса — вечеринка
тусовка — компания
угорать — смеяться
угу — да
укорыш — наркоман
уятмен — моралист, навязывающий свои нравы
фак ап (англ. *fuck up*) — неудача
финишнул — закончил
фитоняшка — красивая девушка со спортивным телосложением
хабарить — общаться, разговаривать
хавать — кушать
хаер (англ. *hair*) — прическа
хай (англ. *hi*) — привет
хайп — популярность
хайпануть — добиться легкой популярности
халяльно — посидеть без спиртного
чатиться — переписываться в чате
че — что

чебурежаться — целоваться
чекать — проверять
чет — что-то
чили́м — отдыхаем
чувак, чел — молодой человек
шабить — курить
шат ап (англ. *shut up*) — замолчи/ заткнись
шмотиться — одеваться
шняга — вранье
эмодзи — emotion + image; смайлик

Помимо вышеназванного для казахстанского молодежного сленга в письменной коммуникативной речи характерно использование графических элементов, идеограмм — эмодзи, смайликов, комбинаций знаков препинания с целью придания речи эмоциональности и живости.

Исходя из этого, можно заключить, что казахстанская молодежь имеет широкий сленговый словарный запас, влияние на который оказали казахский и английский языки. Также анализ данных жаргонизмов показал большую общность лексики с общим социолектом русскоязычной молодежи разных стран.

Эмоциональность и экспрессивность сленговой лексики способствует ее активному употреблению в молодежной речи, впоследствии слова из жаргонной лексики проникают в разговорно-бытовую речь, не скованную строгими нормами литературного языка, и становятся более приемлемыми в употреблении. Далее происходит проникновение данных слов и выражений в медиасреду, таким образом внося изменения в современный публицистический жанр. Прежде всего, это проявляется в среде СМИ, имеющих целевой аудиторией молодежную среду.

Сленг молодежной среды является привлекательными для СМИ не только в связи с направленностью изданий, желанием быть ближе к аудитории и содержащейся в них рекламе, но и в силу его живого, образного, экспрессивного, насыщенного чувствами и эмоциями характера, также данное явление распространено в силу желания издателей соответствовать «языковому вкусу эпохи» [3, с. 11].

Употребление молодежных жаргонизмов в молодежном медиаконтенте имеет разные причины. Наиболее распространенная причина использования сленга в современной публицистике - желание придать речи экспрессивность и чувство соответствия сегодняшнему дню, по мнению многих исследователей такое вкрапление сленга в тексты СМИ считается удачным и эффективным.

Используя сленговые выражения, журналисты отражают текущие реалии жизни молодых людей и их представления о жизни и стереотипах, направленности интересов и уровне духовного развития. В данном случае, сленг выступает как индикатор сегодняшнего дня молодежи. Особую роль в данном процессе имеют интернет-СМИ и новые медиа (блоги и социальные сети), которые формируют «новый язык» сетевой публицистики [4].

Также «данные средства массовой информации представляют более полную картину молодежного сленга, по которой можно судить о состоянии языка, следовательно, и о культуре, т.к. язык и культура взаимосвязаны» [5, с. 64]. Феномен отражения актуального языка социальной среды в средствах массовой информации служит верным признаком изменений в социуме, его структуре и отражает влияние целого ряда факторов социальной, экономической и технологической эволюции.

Судя по практике словоупотребления, мы видим, что основными факторами, оказывающими влияние на жаргонизацию молодежной речевой практики и молодежного публицистического дискурса, являются:

- эмоциональность подобного рода лексики [6];
- лаконичность такого вида речи;
- плюрализация общения;
- либерализация словоупотребления;
- демократизация словоприменения;
- смена коммуникативной парадигмы с монологической к диалогической [7];
- глобализация информационного пространства [8];
- массовость медиаконтента;
- популяризация формата прямого эфира;
- открытость медиaprостранства [9];
- распространенность рекламного контента;
- развитие компьютерных и интернет-технологий [10];
- общение в социальных сетях;
- углубление и укрепление текстовой культуры;
- широкое распространение смартфонов как портативного выхода в Интернет.

Как отмечает исследователь О.О.Селиванова, подобное явление носит название — интержаргон. «Он формируется на границе разнообразных жаргонов. Относится к социолекту как общий жаргон, который в массовом сознании значительно ослабил связи с первичными сферами употребления, однако не утратил своей стилистически сниженной маркировки. Интержаргон распространен в средствах массовой коммуникации (в газетах, журналах, на радио, телевидении, в Интернете) или в художественной литературе и претендует на статус общелитературной лексики» [11, с. 332].

Л.О. Ставицкая считает, что «для обозначения динамики жаргона в направлении расширенного словоупотребления, максимально широкой интеграции жаргона в общенародную коммуникацию вполне приемлемым является термин жаргонизированная разговорная речь, которая означает отдельные использования сленгизмов на фоне нейтральной или фамильярной лексики» [12, с.46]. Мы считаем мнения О.О. Селивановой и Л.О.Ставицкой более приемлемыми и правомочными, так как термины жаргонизированной разговорной речи и интержаргона позволяют весьма емко и содержательно отобразить и описать современные процессы эволюции языка и его различных стилей.

Стоит обратить внимание на то, что непосредственное устное языковое общение продолжает оставаться важнейшей сферой функционирования языка [13]. До 90-х годов XX века сленг как лексика неформального общения существовал исключительно в устной форме [14]. При этом повсеместное распространение культуры текстинга, являющееся одним из плодов прошедшей индустриальной эпохи, распространивший феномен тотальной грамотности населения, и наступившей информационной эпохи, позволило ускорить процесс жаргонизации литературного и, прежде всего, публицистического дискурса. Также стоит отметить, что на данный момент развития человечества письменно-печатная культура достигла наибольшего развития, чем когда-либо прежде в истории, совершив качественный скачок в своем развитии со времен изобретения Иоганном Гутенбергом печатного станка.

По справедливому утверждению Е.А. Редкозубовой, «так как сленг является подсистемой общенационального языка, то в нем закономерно представлены основные грамматические категории литературного языка. При этом отмечается некоторая специфика их функционирования» [16, с. 136]. Данная специфика характеризуется более частотным употреблением междометий различного рода и существительных, образованных через синонимию, антонимию и омонимию, через образование неологизмов, аффиксацию, метафорику и заимствования из иностранных языков. Также стоит заметить, что большинство глаголов, производимых сленговой речью, образованы от существительных.

Несмотря на споры ученых-исследователей на проблему жаргонизмов, многие из которых считают, что последние вносят с позиций практической стилистики огромные изменения в современное состояние русского языка, особого внимания заслуживают выводы некоторых ученых о сленге, как важной тенденции в развитии языка.

Подытоживая сказанное, следует отметить основные выводы.

Во-первых, молодежный сленг — широко распространенное явление, который постепенно воспринимается и усваивается русским литературным языком и проникает во все сферы, в том числе в публицистический стиль.

Во-вторых, изменения в языке — это естественный процесс, отражающий основные направления развития современного русского языка, обусловленные технологическими, социально-политическими, культурными и экономическими условиями и факторами влияния социума наших дней.

В-третьих, сленг является интереснейшим социолингвистическим феноменом. Его изучение необходимо для дальнейшего развития науки социолингвистики и комплекса других филологических наук, занимающихся исследованиями русского языка, а также в процессе преподавания русского языка в организациях образования.

Литература

- 1 Gevorgyan A. S. Slang as a constituent part of functional style and its lingo-stylistic value // Вопросы науки и образования. — 2017. — С. 70–73.
- 2 Руденко М. Ю. Исследование аргю, жаргона и сленга: вопросы терминологии // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов: Грамота, 2016. — № 5 (59): в 3-х ч. Ч.3. — С. 127–134. — ISSN 1997–2911.
- 3 Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи: Из практики наблюдений над речевой практикой масс-медиа. — СПб, 1999. — С. 10.
- 4 Юсупова А. М. Интернет-культура в языке современных СМИ // Гуманитарно-педагогические исследования. — 2018. — Том 2. № 2. — С. 62–65. — Серия «Филологические науки».
- 5 Библиева О. В. Молодежный сленг как форма репрезентации молодежной культуры // Вестник Томского государственного университета. — Томск, 2007. — № 304. — С. 62–65.
- 6 Курокина Е. А., Мухина Н. Б. Роль языка молодежных субкультур в печатных изданиях молодежной тематики // Филология и культура. — 2016. — № 3 (45). — С. 34–38. — Серия «Филологические науки. Лингвистика».
- 7 Власов Г. Р. Экспансия разговорности в современных средствах массовой информации // Вестник Челябинского государственного университета. — Челябинск: ЧелГУ, 2013. — № 21 (312). — С. 108–111. — Серия «Филология. Искусствоведение».
- 8 Дементьев В. В. Некоторые методологические принципы изучения речевых заимствований // Вестник РУДН. — Москва, 2016. — Том 20. № 1. — С. 7–24.
- 9 Лебедев П. П. Культурно-речевой аспект и блогосфера // Вестник Челябинского государственного университета. — Челябинск: ЧелГУ, 2015. — № 5 (360). — С. 77–84. — Серия «Филология. Искусствоведение».
- 10 Михеева А. М. Влияние сети Интернет на средства массовой информации // Научный журнал. — 2016. — С. 114.
- 11 Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. — Полтава: Довкілля-К, 2008. — С. 331.
- 12 Ставицька Л. О. Аргю, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови. — К.: Критика, 2005. — С. 45–478
- 13 Мизюрина Т. В. Определение и общие характеристики понятия «сленг», его роль в языке и культуре современной России // Вестник Челябинского государственного университета. — Челябинск, 2013. — № 1 (292). — С. 106–111. — Серия Филология. Искусствоведение.
- 14 Рубцова Е. А. Функциональные особенности сленгизмов молодежных печатных СМИ // Вестник РУДН. — Москва, 2008. — № 5. — С. 76–80. — Серия «Вопросы образования: языки и специальность».
- 15 Редкозубова Е. А. Особенности грамматики сленга // Символ науки. — 2016. — № 12-2/2016. — С. 135–136.