

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка и  
речевой коммуникации

## **СНИЖЕННАЯ ЛЕКСИКА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

### **АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студента 4 курса 431 группы  
направления 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики  
Кривицкой Елены Владимировны

Научный руководитель  
доктор филологических наук,  
профессор

\_\_\_\_\_

дата, подпись

М.А. Кормилицына

Заведующий кафедрой  
доктор филологических наук,  
профессор

\_\_\_\_\_

дата, подпись

М.А. Кормилицына

**Введение.** Жизнь современного человека сегодня очень трудно представить без ежедневного использования Интернета. Исследователи всего мира не перестают заявлять о влиянии, которое оказывает Сеть на своих пользователей. Меняется психология, вкусы, привычки, режим дня и даже сам процесс восприятия информации. И эти изменения, конечно, не могут не отразиться на языке. В связи с этим возникает вопрос об одном из главных и незаменимых способов бытования информации в Интернете – печатном тексте и конкретно о языке пользователей.

Язык в Сети весьма специфичен. Даже профессиональные журналисты используют в своих интернет-публикациях более экспрессивную, нежели в печатных периодических изданиях, речь: просторечия, жаргонизмы и другую сниженную лексику. А рядовые пользователи имеют полную свободу в выборе языковых средств. Добавив к этому большой словотворческий потенциал и простор для языковой игры, мы получаем интернет-пространство как уникальный источник текстов, словосочетаний и лексем для анализа.

Несмотря на то, что уже существуют исследовательские работы и научные статьи, посвященные «Всемирной паутине», эта глобальная система развивается и видоизменяется настолько стремительно, что проблемы изучения и описания не иссякают, а значит, тема моей работы на сегодняшний день является *актуальной*.

*Целью* моей работы было многоаспектное рассмотрение и изучение сниженной лексики в интернет-коммуникации. Этот интересный феномен имеет множество особенностей, используется с определенными целями и отличается большим разнообразием употребления.

Для полноценного и точного анализа мною было подобрано более 3000 примеров употребления сниженной лексики из текстов с сайтов

региональных и федеральных газет и журналов, а также блогов и комментариев пользователей.

*Задачи моей работы:* исследование способов введения сниженной лексики в интернет-публикации, выделение основных функций сниженной лексики, определение с помощью анкетирования отношения аудитории к сниженной лексике в журналистских текстах, сравнение частотности использования сниженной лексики в изданиях разного типа.

В первой, теоретической, главе моего исследования «Сниженная лексика в интернет-коммуникации: теоретические проблемы», будет дано определение понятия «сниженная лексика», рассмотрены пути её происхождения и появления в речи, основные функции, виды и особенности её классификации, описаны тенденции развития интернет-коммуникации и интернет-СМИ.

Во второй главе, «Анализ сниженной лексики в разных жанрах интернет-коммуникации», будут анализироваться конкретные примеры для подтверждения тезисов, выдвинутых в первой главе, отношение аудитории к сниженной лексике, будет проведено сравнение частотности употребления сниженной лексики в изданиях разного типа.

**Основное содержание работы.** Интернет-коммуникация – это уникальный инструмент, позволяющий объединять неограниченное число участников, осуществляющих общение разной степени приватности, обеспечивающий мгновенность этого общения или его протяженность во времени, а также достижение различных коммуникативных намерений.

С появлением и развитием Интернета киберпространство сначала вбирало, а теперь и перемещает на свою базу традиционные СМИ. Граница между сетевыми СМИ и традиционной прессой, радио и телевидением, приходящими в сеть, в последнее время все больше стирается. Объединение Интернета и СМИ дает возможность создания мультимедийных

конвергентных проектов, порталов, СМИ, объединяющих в себе все формы и жанры подачи информации, использующие для распространения все каналы вещания – печатный, графический, аудио и видео. Кроме того, эта уникальная система теперь не стремится привлечь определенную группу людей, а позволяет удовлетворить интересы и соответствовать запросам каждого конкретного пользователя по всему миру<sup>1</sup>.

Н.А. Ахренова в своих исследованиях отмечает, что если раньше общество и культура оказывали влияние на Интернет, то теперь сам Интернет и процессы, происходящие в нем, влияют на общество, культуру и язык. Причем она считает, что сложилось уже отдельное направление в языкознании – интернет-лингвистика. В рамках данного направления изучаются основные фонетические, грамматические, семантические, семиотические, словообразовательные особенности функционирования естественного языка в виртуальном пространстве Интернета. В рамках данного лингвистического направления изучаются языки общения в Сети, терминологическая система Интернета, литература («сетература»), рожденная на просторах Интернета, и многие другие явления, относящиеся к медиуму лингвистики и/или филологии<sup>2</sup>. Я считаю этот тезис и термин, в частности, очень полезным для своего исследования, так как он позволяет разделить традиционную лингвистику и совершенно новую формирующуюся лингвистику интернет-среды, в рамки которой укладывается и моя тема.

Я предлагаю считать, что сниженная лексика – это особый пласт языка, выходящий за пределы литературного стандарта, отличающийся эмоциональной окраской, территориальной, профессиональной или классовой маркированностью и употребительный в неформальной речи.

---

<sup>1</sup> Скребков Д.О. Социология и Интернет: перспективные направления исследования [Электронный ресурс] // Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/16216450/>. (Дата обращения: 17.03.2016). Загл. с экрана. Яз. Рус.

<sup>2</sup> Ахренова Н. А. Интернет-лингвистика: Особенности аффиксации в языке Интернета [Электронный ресурс] // АНС «СибАК» – Режим доступа: <http://sibac.info/>. (Дата обращения: 23.02.2015). Загл. с экрана. Яз. Рус.

Для анализа примеров употребления сниженной лексики я предлагаю следующую методику:

1. Выявить в контенте публикации сниженные лексемы.
2. Изъять из текста сниженные лексемы с сохранением минимального контекста для точного понимания значения данного слова.
3. Определить начальную форму слова и изучить толкование сниженной лексемы по нескольким словарям, чтобы определить этимологию и семантику слова, а также отнести его к определенному стилистическому пласту лексики: «просторечие», «разговорное», «диалектизм/областное», «бранное», «сленг», «жаргон».
4. В случае, если сниженная лексема еще не закреплена в словарях, определить ее значение, происхождение и способ образования, опираясь на собственный опыт и ресурсы Интернета.
5. Определить способ словообразования или этимологию сниженной лексемы.
6. Определить функции сниженной лексемы и мотивировки ее использования автором в конкретном тексте.

Реализуем эту методику на конкретном примере.

Из опроса саратовцев о летнем женском гардеробе: *Бесят сланцы, например. Еще кеды на шпильке, плюшевые спортивные костюмы. Вообще, многие вещи имеют прямое отношение к фигуре. И это следует учитывать...* [<http://saratov-room.ru/>]. Выделяем из общего контента сразу две сниженные лексемы и закрепляем их в минимальном контексте: *Бесят сланцы, например*. Первое слово *бесить* согласно словарю Ушакова, словарю Ожегова и Современному толковому словарю русского языка Ефремовой означает приводить в ‘сильное/крайнее раздражение, сердить, злить’ и имеет помету «разговорное» [<http://dic.academic.ru/>]. Второе слово *сланцы* мне не удалось найти в авторитетных изданиях толковых словарей. Однако, опираясь на собственные знания и ресурсы Интернета, удалось определить,

что это разговорное название летней резиновой обуви. В Советском Союзе известным производителем такой обуви был завод «Полимер» в городе Сланцы. Некоторые покупатели полагали, что выдавленное на подошвах шлёпанцев слово «Сланцы» – это название обуви, а не место ее изготовления. Далее слово вошло в активный словарный запас и превратилось в синоним разговорного слова «шлёпанцы». Учитывая это, я считаю, что слово *сланцы* правомерно отнести к разряду «разговорное». Что касается функций слов *бесить* и *сланцы* в контенте публикации, то, скорее всего, автор текста сохранил сниженные лексемы для отражения речевого портрета говорящего, поскольку это цитата из интервью с жителями города. Кроме того лексема *бесить* имеет ярко выраженную эмоциональную окраску и подчеркивает негодование и крайнюю степень раздражения интервьюера.

Большинство исследователей (Л.П. Крысин, Т.В. Жеребило, И.А. Стернин) выделяют три основных пласта сниженной лексики: сниженные коллоквиализмы, или разговорные лексемы; сленгизмы (общий сленг, специальный сленг или профессиональные жаргонизмы); вульгаризмы.

Но далее возникает проблема с классификацией примеров сниженной лексики, обнаруженных в Интернете, потому что пометы в словарях сильно разнятся и одно и то же слово может толковаться по-разному в тех или иных словарях. В своём исследовании я предлагаю следующую наиболее простую классификацию сниженной лексики: *разговорное слово* (к разговорным словам относятся такие лексемы, которые, придавая речи непринужденный, неофициальный характер, лишены в то же время грубости); *просторечное слово* (слова и грамматические формы, носителями которых является необразованное и полуобразованное городское население); *жаргонизмы* (составляют пласт речи какой-либо социальной или объединенной общими интересами группы); *сленгизмы* (понятие очень тесно связанное с «жаргонизмами», однако сленг – это еще более размытый пласт языка, сленгизмы могут выходить за пределы социальных и профессиональных

групп и использоваться обычными пользователями для проявления экспрессии речи).

Следует отметить, что основными способами словообразования в области сниженной лексики в интернет-коммуникации являются: активное словотворчество и жаргонизация нормативного литературного языка, лексико-семантический перенос, суффиксация, создание англо-русских композитов путем транслитерации англицизмов и адаптации их в речи с помощью русских аффиксов, языковая игра.

В своих работах исследователи выделяют множество близких функций сниженной лексики в речи<sup>3</sup>. Поскольку интернет-коммуникация – это опосредованная коммуникация автора с читателями, где сохраняются высказывания, произнесенные в реальной жизни, или онлайн-коммуникация пользователей, имитирующая живое общение, все эти функции сниженной лексики характерны и для жанров интернет-коммуникации. Рассмотрим их на конкретных примерах.

*Формирование речевого портрета адресата.* Сниженная лексика широко употребительна в разговорной речи, однако очень часто журналисты намеренно сохраняют ее в своих публикациях, чтобы продемонстрировать читателям манеру общения и дать речевой портрет интервьюируемого. Например, в интервью Марины Ахмедовой с многодетной матерью из села Заречье – *Теперь вы элементарно наденьте на себя мою шкуру и недельку в моей шкуре-то поживите... Ну че, ловко я письмо Путину написала?* [<http://rusrep.ru/>]. В данном случае автор, оставляя в тексте разговорное *че* вместо нормативного «что», стремится передать читателю особенности речи говорящего. При этом интересен тот факт, что интервьюируемая использует

---

<sup>3</sup> Химик В.В. Поэтика низкого, или просторечие как культурный феномен / В.В. Химик. – СПб.: Филол. ф-т СПбГУ, 2000. – 272 с.; Байшукурова Г.Ж. Лексика современного русского языка / Г.Ж. Байшукурова. – Учебное пособие (курс лекций). – Актобе: Актобинский государственный университет им. К. Жубанова, 2011. – 82 с.

слова из литературного языка, правильно употребляет слово *наденьте*, но затем в речи появляется *че* и просторечное *шкура* вместо нормативного «кожа», и это можно считать яркой чертой речевого портрета, почти средством художественной выразительности.

*Демонстрация неформальности и фамильярности отношений говорящих.* Сниженная лексика в коммуникации позволяет создать эффект или передать особенности неформального общения и доверительных отношений. Например, в интервью с членом жюри фотоконкурса, проводимого в социальных сетях – *Эти “обидки” нам вообще никуда не упали* [<http://m.business-gazeta.ru/>]. Здесь автор намеренно сохраняет особенности речи собеседника, чтобы читатель имел представление о его речевом портрете, но при этом одна сниженная лексема выделяется в тексте кавычками – «обидки», что значит ‘обида, недопонимание, озлобленность’, а другая – сленгизм «никуда не упали», который здесь значит ‘совсем не нужны’, остается не выделенной. Кроме того, на мой взгляд, использование сниженной лексики в данном контексте служит для демонстрации неформальности диалога и повышения степени доверия аудитории к интервьюируемому человеку.

*Демонстрация принадлежности к определенной профессии или субкультуре, реализация стратегии «близости» к адресату.* Журналисты в своих статьях зачастую «отзеркаливают» речь своей аудитории, чтобы сделать материал более понятным и доступным для своих читателей. А это неизбежно приводит к тому, что в тексте публикаций появляется сниженная лексика. Кроме того представители СМИ и интернет-пользователи часто используют жаргонизмы и сленгизмы, чтобы продемонстрировать, что они «в теме», то есть принадлежат к определенной профессии или социальной группе, хорошо разбираются в какой-либо области. Например, *Пока остальные борются с гаджет-фриками, я расскажу вам про два заведения в Саратове, где всегда будут рады людям, которые отказать себе в привычке*

обедать и одновременно свайпить (пролистывать) твиттер-ленту не могут [<http://fn-volga.ru/>]. Здесь можно наблюдать сразу два примера транслитерации англицизмов с их последующей адаптацией русскими морфемами. В первом случае автор употребляет словосочетание «гаджет-фрик», образованное от английского «gadget» – «приспособление» и «freak» – «чудак, помешанный», оставляя его без пояснения, предполагая, что читатель знает его значение – ‘человек, помешанный на различных электронных устройствах’. Возможно, этим автор хочет показать свою причастность к определенной группе людей или хочет сузить свою аудиторию, чтобы его поняли только люди, действительно интересующиеся данной проблемой. Во втором случае автор поясняет непонятное слово «свайпить», давая в скобках его значение – ‘пролистывать’, хотя слово образовано по той же схеме аффиксации англицизма «swipe» со значением ‘проводить не отрывая, скользить’ русскими морфемами «-и-» и «-ть». В этом случае, журналист использует именно это слово в связи с его причастностью к сфере электронных технологий, хотя оно не так широко употребительно и потому требует пояснения.

*Выражение агрессии или оскорбление.* Исследователи отмечают, что в настоящее время выражение языковой агрессии посредством сниженной лексики – это частотное явление<sup>4</sup>. Я считаю, что в интернет-коммуникации оно призвано в первую очередь провоцировать ответную агрессию или возмущение аудитории, сделать материал эпатажным. Например, из материала о конкурсе «Евровидение-2016»: *Все-таки, надо уважать традиции хозяйской “гейроповской” квартирки* [<http://www.mk.ru/>]. В данном случае автор использовал продукт языковой игры, образованный из слияния слов «гей» и «Европа». Данная лексема *гейрона* часто используется в интернет-коммуникации для выражения речевой агрессии или оскорбления. Она призвана указать на «разнузданность нравов на Западе», выразить

---

<sup>4</sup> Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. / Н.Е. Петрова, Л.В. Рацибурская – М.: Флинта: Наука, 2011. – 160 с.

негативное отношение к легализации или распространенности гомосексуальных отношений в Европе, а также используется как оскорбление одновременно европейских сексуальных меньшинств и гетеросексуального сообщества. И хотя автор заключил это выражение в кавычки, на мой взгляд, оно всё равно остается проявлением речевой агрессии по отношению к организаторам конкурса и европейским странам вообще. Это ставит под сомнение этичность данного материала, поскольку автор излишне жестко и субъективно описывает ситуацию, навязывая читателю свою позицию и используя столь грубые выражения.

*Создание определенного «колорита» повествования.* Сниженная лексика способна не только сформировать речевой портрет говорящего, но и помочь создать особый определенный «колорит» повествования или яркие ассоциации с конкретным временем, средой, образом жизни или явлением, передать атмосферу описываемого места. Например, в статье Ивана Охлобыстина «Праздник ассоциаций» – *Жестокый мир наживы и чистогана* [<http://snob.ru/>]. Здесь разговорные *нажива* со значением ‘легкий доход или прибыль’ и *чистоган*, означающий ‘наличные деньги’, выступают своеобразным маркером – слова из лексикона криминальной и предпринимательской среды придают колорит описываемым явлениям, автор говорит на «языке героя».

*Выражение отношения к героям или предмету повествования, эмоциональное воздействие на аудиторию.* Одна из функций сниженной лексики – скрытое или явное выражение отношения к тому, о чем идет речь – к герою повествования или описываемому явлению. Кроме того, нельзя отрицать, что почти в каждом примере употребления сниженной лексики имеется доля определенного эмоционального воздействия на аудиторию для создания чувства «сопричастности» к описываемым событиям или явлениям. Но иногда это особенно очевидно. Например, в статье о подростках-беспризорниках читаем: *Чиновники не вспоминают о маленьких бродяжках-*

*попрошайках* [<http://saratov.mk.ru/>]. Здесь разговорные «бродяжка» и «попрошайка», обозначающие ‘нищих, просящих милостыню’, имеют яркую экспрессивную окраску, используются для демонстрации отношения автора к героям и с целью «разжалобить» читателя.

Вслед за исследователем А.И. Матяшевской [Матяшевская, 2014] я посчитала необходимым сравнить частотность употребления сниженной лексики в изданиях разного типа. По полученным данным наибольшая частотность употребления сниженной лексики характерна для массовой прессы, особенно рассчитанной на молодую аудиторию, оппозиционную или имеющую черты «желтой прессы». Сниженная лексика широко употребительна и в авторских колонках. Качественные издания, хотя и прибегают к использованию сниженной лексики в публикациях, делают это, в основном, для сохранения речевых портретов интервьюируемых.

**Заключение.** Интернет-коммуникация – это уникальное средство общения и получения информации, которое позволило образоваться совершенно новому типу СМИ. Согласно статистике, интернет-СМИ постепенно теснят оффлайновых конкурентов, границы между ними стираются. Эта тенденция говорит о том, что будущее журналистики тесно связано с Сетью, а значит, анализ явлений и процессов в интернет-коммуникации, и особенно в интернет-языке, может стать перспективным направлением теоретических исследований. Помимо этого, интернет-СМИ являются «адресными», то есть подстраивающимися под вкусы и интересы каждого конкретного читателя. Из-за этого возникает эффект персонализации информации, читатель или пользователь чувствует свою сопричастность к формированию содержания изданий, осознает важность своего мнения, активно прибегает к возможностям обратной связи. Эти факторы делают процесс чтения интернет-СМИ похожим на диалог читателя с конкретным автором или изданием в целом. Это явление приводит к тому,

что и авторы публикаций, и их читатели переходят на более «простой» язык, часто используют сниженную лексику.

В ходе исследования мною разработана собственная методика анализа сниженной лексики, выявлено, что основными способами словообразования сниженной лексики в интернет-коммуникации являются активное словотворчество, лексико-семантический перенос, суффиксация, создание англо-русских композитов путем транслитерации англицизмов и адаптации их в речи с помощью русских аффиксов, языковая игра. В работе на конкретных примерах продемонстрированы функции сниженной лексики в интернет-коммуникации: формирование речевого портрета адресата, демонстрация неформальности и фамильярности отношений говорящих, выражение агрессии или оскорбление, создание определенного «колорита» повествования, выражение отношения к героям или предмету повествования и эмоциональное воздействие на аудиторию. Анкетирование среди студентов, аспирантов, преподавателей и выпускников Института филологии и журналистики, а также анализ различных СМИ показали, что частотность употребления сниженной лексики во многом зависит от типа издания, и какие функции сниженной лексики используются чаще остальных.

Я надеюсь, что моя работа в дальнейшем позволит подробно изучить употребление сниженной лексики в интернет-коммуникации и средствах массовой информации и станет вкладом в формирование новой науки – интернет-лингвистики.