

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

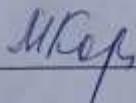
Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как  
иностранного

Лексические особенности молодежной речи (на примере радиостанций  
«Европа плюс» и «Лав радио»).

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ  
МАГИСТРА

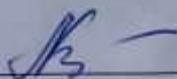
магистрантки 2 курса 253 группы  
направления «Русский язык как родной и иностранный: система  
и её речевые реализации»  
Института филологии и журналистики  
Фасхутдиновой Дании Дамировны

Научный руководитель  
Профессор \_\_\_\_\_



М.А. Кормилицына

Зав. кафедрой  
Профессор \_\_\_\_\_



А.Н. Байкулова

Саратов 2019 г.

## **Введение**

Язык создается и развивается обществом. Изменения в языке, их социальные причины и последствия – одна из интересных тем лингвистики, в том числе и сленг, который всегда присутствовал в речи молодых людей.

В данной работе анализируется речь наиболее активной социальной группы - молодежи, потому что она динамична и значительно отличается от языка более старшего поколения.

**Актуальность данного исследования** заключается в том, что сленг широко распространяется как в речевом общении современного человека, так и в СМИ.

**Цель исследования:** анализ лексических особенностей молодежной речи и выявление факторов, воздействующих на нее.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи:**

1. Определить понятие «молодежный сленг»;
2. Выявить сленгизмы в анализируемых радиопередачах;
3. Классифицировать анализируемые сленгизмы по различным параметрам;
4. Выделить и проанализировать функции сленгизмов;
5. Сравнить речь участников радиошоу с точки зрения особенностей употребления сленгизмов;
6. Проанализировать другие лексические особенности, встречающиеся в речи участников радиопередач;
7. Изучить влияние дискурсивных факторов на использование сленга;
8. Провести интернет-анкетирование молодежи с целью выявления наиболее употребительных сленгизмов и частоты их использования.

**Объект исследования:** речь участников радиопередач «РадиоАктивное Шоу» и «Красавцы».

**Предмет исследования:** лексикон участников радиопередач.

**Материал исследования:** вечернее радиошоу «РадиоАктивное Шоу» на радиостанции «Европа Плюс» и утреннее радиошоу «Красавцы» на радиостанции «Love radio». Анализировались выпуски с 2017-2019 гг. Материалы были взяты с официальных сайтов радиостанций «Европа плюс» и «Love radio» (архив эфиров). Всего было проанализировано: сленгизмы - 178 словоупотреблений; фразеологизмы и пословицы – 52 единицы; деминутивы – 41 единица. Выбор материала обусловлен тем, что это развлекательные молодежные передачи, что обуславливает относительную свободу речевого поведения.

**Методы исследования:** Использовался описательный метод с элементами дискурсивного анализа. В качестве дополнительных методик были использованы анкетирование и методика количественного анализа речи.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Сленг – страта русского языка, которая часто используется в речи молодых людей для придания экспрессивности общению, а также для привлечения внимания аудитории.

2. Сленгизмы часто употребляются в устном общении разных социальных групп и широко распространяются в СМИ.

3. Особенности функционирования молодежного сленга (по результатам анкетирования) являются:

-широкое распространение сленга в устном общении, хотя значения некоторых слов молодым людям не известны.

- большинство участников опроса относятся к сленгу положительно.

- степень употребительности сленга зависит от ситуации общения, официальности/неофициальности общения, возраста коммуникантов.

**Структура и объем работы.** Дипломная работа состоит из введения, двух глав: «Исследование сленгизмов в научной литературе», «Анализ лексических особенностей молодежного языка», заключения, библиографического списка.

## **Основное содержание работы.**

### **Глава 1. Исследование сленгизмов в научной литературе**

#### **1.1 Особенности радиодискурса**

Данная часть главы посвящена исследованию радиодискурса в целом, так как материалом исследования являются молодежные радиопередачи. Свое исследование мы начали с определения такого вида СМИ, как радио. «Радио (от лат. radio – излучаю, radius – луч) – разновидность беспроводной связи, при которой в качестве носителя сигнала используются радиоволны, свободно распространяемые в пространстве. Также под радио в обиходе часто понимают радиовещание» [Матвеева, 2014:65]. Исследователи Егошкина В.А., Нестерова Н.Г., Храмова А.Н. и др. пишут о таких особенностях радиодискурса, как отсутствие визуализации, массовость аудитории слушателей, скорость передачи информации, связь со временем и пр. Было сказано о том, что различают два вида радиодискурса: информационный и развлекательный. Следует отметить, что в современных СМИ наблюдается усиление тенденции развлекательности. В наше время возникают новые запросы аудитории, среди которых присутствует потребность в получении удовольствия, отдыхе после рабочего дня. Как следствие, возникают молодежные развлекательные радиопередачи. Исследователи выделяют жанр ток-шоу или жанр фатической радиобеседы, который очень популярен в настоящее время, и направлен именно на развлечение слушателя.

В конце подраздела были рассмотрены дискурсивные признаки, которые реализуются в радишоу, а именно: подчиненность теме общения, активная роль аудитории, временной параметр и др.

## **1.2 Сленг с точки зрения современной лингвистики**

Ориентация радиопередач на молодёжь предполагает, что радиоведущие будут говорить на молодёжном языке, то есть активно использовать сленгизмы в своей речи. Были сформулированы и разграничены понятия сленга и жаргона. «Жаргон [фр. jargon]. Речь какой-либо социальной или профессиональной группы, отличающаяся особым составом слов и выражений, иногда специфическим произношением.» [Жеребило, 2010:106]

«Сленг [англ. slang]. Социальный диалект, групповой язык, характеризующийся экспрессивной направленностью. Наиболее распространены следующие формулировки: 1. То же, что групповой жаргон. 2. То же, что молодежный жаргон. 3. Совокупность жаргонизмов, употребляемых в условиях непринужденного общения, составляющих слой разговорной лексики.» [Жеребило, 2010: 332]. Важным для исследования является положение о том, считать ли эти определения синонимами. Такие лингвисты как Соловьева А.М., Пеллих И.В. и др. считают данные термины синонимами. Мы придерживаемся противоположной точки зрения и считаем, что сленг и жаргон - разные понятия. Жаргон изначально создавался как некий «тайный язык», который понимают только в определенной социальной группе (например, воровской жаргон). Сленг же, в отличие от жаргона, имеет такие черты как общеизвестность и широкая употребительность.

В главе освещаются различные подходы лингвистов к изучению сленга, которые рассматривают его с негативной и положительной сторон.

Следует также отметить, что многие лингвисты обращаются к вопросу изучения причин, по которым молодые люди используют сленг в своей речи. Исследователи выделяют несколько таких причин, главными из которых

являются: стремление к большей экспрессивности речи, номинация новых предметов, желание выделиться среди других, стремление к простоте и краткости, для забавы и удовольствия.

Помимо причин употребления сленга молодыми людьми, ученые выделяют его функции: экспрессивная, оценочная, манипулятивная, компрессивная и игровая.

Таким образом, можно сделать следующие выводы о том, что сленг обогащает язык, делает его более образным. Но в тоже время необходимо помнить о том, что мы должны сохранять культуру, беречь существование русского литературного языка и не засорять свою речь чрезмерным использованием сленгизмов, помнить о целесообразности их употребления в той или иной коммуникативной ситуации.

## **Глава 2. Анализ лексических особенностей молодежного языка**

### **2.1 Речь радиоведущих анализируемых радиопередач**

В начале второй главы представлена краткая характеристика исследуемых радиопередач: вечерняя радиопередача «РадиоАктивное шоу» и утреннее радиошоу «Красавцы». Обе телепередачи развлекательного характера. Их главная задача - доставить зрителю удовольствие, не отвлекая от повседневных дел, и, кроме того, помочь взбодриться или, наоборот, расслабить слушателя в зависимости от времени трансляции. Были выявлены интересные формы приветствий и обращений радиоведущих:

*- Привет Антон/ привет человечество!/ Здравствуй галактика/ млечный путь! // («РАШ», 31.08.2018)*

*- А на проводе у нас милый/ добрый/ очаровательный человечиче. / Здравствуйте Аришечка! // («РАШ», 23.01.2018)*

*- Дамы и господа/ начинаем час «Красавцев +1»/ в рамках которого сегодня с нами на волнах Love радио/ встречает утро вторника Ханна// («Красавцы», 20.11.2018)*

## **2.2. Анализ лексических особенностей молодёжной речи**

Самой яркой лексической особенностью участников радиопередач является активное использование сленгизмов. В ходе анализа выявленных в радиопередаче сленгизмов, мы решили представить их в виде коннотативной классификации. В ее основе лежит оценочное значение слов. Данная классификация классифицирует сленгизмы следующим образом: обозначение положительной и отрицательной оценки лица, предмета и ситуации; контекстуальные сленгизмы (с двойным значением).

Обозначение положительной оценки:

«Классный – красивый. Клёвый – то же, что и классный.» [Захарова, Шуваева, 2014:67]

*Слушатель : Ну купил друг допустим машину./ А ты понимаешь/ что как бы/ ну не очень да?//*

*Антон Комолов: Ну бабская моделька-то!//*

*Слушатель: И ты естественно ему говоришь/ что она **клёвая!**// Потому что он ее уже купил.//*

*Елена Абитаева: И не говорить?/ Цвет **классный.**//*

*Антон Комолов: Сказать - **клёвая** машина/ а в руке фигу держишь.//*

*Слушатель: Нет/ просто порадоваться искренне/ если он рад/ что она **реально крутая**/ я вот искренне даже поверю/ что она **крутая.** // («РАШ», 13.03.2018)*

Обозначение отрицательной оценки:

«Телочка – молодая, эффектная девушка» [Шамне,2017:296]

Данный сленгизм основан на метафоре, при которой некоторые качества животных переносятся на человека. Такие сленговые слова используются чаще всего как оскорбительные номинации при характеристике девушки. Например:

*Елена Абитаева: Если ты лайкнешь хотя бы одну **тёлочку**/ то тебе будут предлагать уже **тёлочек**// («РАШ», 29.01.2018)*

Двойное значение сленгизмов:

«Ни фигу – Отрицание чего-л., нет.» [Захарова, Шуваева, 2014:108]

*Слушатель: Берлоги **ни фигу** себе не сделали/ Ой/ простите/ что так говорю.// («РАШ», 15.11.2018)*

«Ни фигу себе/се! – Вот это да! Восхищение.» [Захарова, Шуваева, 2014:108]

*Елена Абитаева: **Ни фигу себе!**/ Это сколько книг надо прочитать?*

*Слушатель: Сто.// («РАШ»,31.08.2018)*

Вторая лексическая особенность, которую мы выявили в ходе анализа речи участников радиопередач – частое использование молодыми людьми фразеологических выражений, пословиц, поговорок и разговорно-сниженной лексики. Коммуниканты используют в своей речи фразеологизмы и пословицы не только в оригинальном виде, но и прибегают к приемам языковой и словообразовательной игры.

*Антон Комолов: Обсуждаем тему/ «Ерунда, которую мне привезли в подарок//». Ну мы поделились своими личными историями/ Лена рассказала про классный подарок/ я рассказал про подарок/ который Лена привезла .../ ручка.//*

*Елена Абитаева: **Дарёной ручке в зубы не смотрят!** («РАШ», 28.09.2018)*

Использование сленговой фразеологии говорит о желании молодых людей оригинально выразить свою мысль, быть не похожим на других и привлечь внимание аудитории.

Третья лексическая особенность молодёжной речи – использование деминутивов, которые мы классифицировали следующим образом:

Еда: *шашлычок, виноградик, тортик, вкусняшка, кофеёк, молочко, котлетка, шоколадка, макаронки, майонезик.*

Одежда: *юбочка, брючки, плапочки, джинсики.*

Обозначение человека: *ребятушки, мальчишка, зайка, человечек, ребеночек, татарчонка, людишки, мужчинки.*

Компьютеры и интернет: *воцапчик, инстаграмчик, СМС-очки, лаечки, майнкрафттик, контактик* (социальная сеть «ВКонтакте»), *видосик, ютубчик, экранчик, кэшечки, страничечки, чатик.*

Бумажные изделия: *конвертик, билетик, отчетик, календарик, книжка, денежка, упаковочка.*

Для выявления наиболее употребительных слов и частоты использования сленгизмов в речи молодежи, мною было проведено интернет-анкетирование, куда вошли 20 сленгизмов: *хейтить, постить, тусить, забить, чувак, лузер, каблы, кошерно, лайтово, рофлить, ламповый, фиаско, рандомно, траблы, ништяк, клёвый, няшка, трэш, агриться, шлак.* Эти слова встречались в исследуемой мной радиопередаче и представлены в словаре молодежного сленга [Шамне, 2017]. Участникам опроса предлагалось объяснить значение сленгизмов, перевести их на русский язык, а также выразить свое отношение к их употреблению.

Одни информанты правильно объясняли значение нейтральным русским словом, а другие поясняли значение предложенного слова через сленговый

синоним и с помощью фразеологического выражения. Участники отметили, что употребляют данные выражения в своей речи и наиболее частотными оказались такие слова, как *клевый, треш, постить, тусить, забить и трабл*. По результатам анкеты, большинство респондентов положительно относится к сленгу.

### **Заключение.**

Данное исследование посвящено изучению молодёжного языка на материале двух радиопередач: «РадиоАктивное Шоу» и «Красавцы». Несмотря на различия в подходах к изучению молодёжной речи, исследователи сходятся во мнении, что молодёжный сленг в этой речи расширяет сферу своего функционирования: сначала это был язык неформального общения, существующий только в устной форме, а сейчас он активно используется и в СМИ.

В первой главе, в соответствии с намеченными задачами исследования, были изучены причины использования сленга молодыми людьми, а также его функции. В работах отечественных и зарубежных исследователей выделяются причины, по которым молодые люди употребляют сленг в своей речи. В работах таких исследователей как Береговская Э.М., Никулина Е.Г., Рубцова Е.А. и др. выделяются 5 основных функций сленга: экспрессивная, оценочная, манипулятивная, компрессивная и игровая.

Результаты проведенного нами анализа позволяют сделать некоторые выводы об основных лексических особенностях молодёжного языка.

1. В основе коннотативной классификации сленгизмов, выявленных в материале исследования, лежит признак оценки лица или предмета. Данная классификация группирует сленгизмы следующим образом: обозначение положительной и отрицательной оценки лица, предмета и ситуации; контекстуальные сленгизмы (с двойным значением).

2. Молодые люди часто употребляют фразеологические выражения, пословицы и поговорки со сленгизмами не только в исходном виде, но и видоизменяют их, используя приемы языковой игры, словообразовательной игры. Это объясняется желанием молодёжи привлечь внимание и быть оригинальными в своих высказываниях.

3. В речи молодёжи часто используются деминутивы следующих тематических групп: компьютеры и интернет, еда, обозначение человека, одежда, бумажные изделия.

В качестве дополнительной методики данного исследования было использовано анкетирование, направленное на выявление наиболее употребительных сленгизмов и уровня понимания значений этих сленгизмов молодыми людьми. В ходе анализа анкеты выяснилось, что большинство респондентов положительно относятся к употреблению сленговых выражений, знают значение сленгизмов, представленных в анкете и используют их в своей речи. Становится очевидным, что сленг – это, прежде всего, немаловажная часть молодёжного языка. Проблема сленга широко представлена в теоретических работах и поэтому требует постоянного изучения.