

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
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

Лексикон пользователей молодёжного сайта «Mangalib»

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

студентки 4 курса 411 группы
направления 45.03.01 – «Филология»
профиля «Отечественная филология»
Института филологии и журналистики

Сулима Полины Константиновны

Научный руководитель
профессор, д.ф.н., доцент.

_____ А. В. Дегальцева

Зав. кафедрой, д.ф.н., доц.

_____ А. Н. Байкулова

Саратов 2025

Введение. В современном мире использование сленговых единиц становится все более распространённым, особенно среди молодежи. Интернет-сленг, формируясь исключительно в пространстве сети, становится языком ежедневного пользования. Большой популярностью в современных молодежных интернет-сообществах пользуется восточная анимационная и художественная культура, главным образом, японская и корейская. Численность субкультуры «анимешников» постоянно растёт, а её влияние на речь молодёжи и интернет-коммуникацию усиливается. Этим и объясняется **актуальность** нашего исследования, посвящённого изучению лексикона пользователей наиболее известного и крупного сайта о восточной анимационной и художественной культуре.

Объект исследования – речь пользователей молодёжного сайта «Mangalib».

Предмет исследования – сленговые лексемы и прецедентные феномены, используемые в общении пользователей сайта «Mangalib».

Материал исследования – комментарии на форуме молодёжного сайта «Mangalib» (<https://mangalib.me/>). Всего было исследовано более 300 комментариев за 2020–2025 годы. Из них было собрано около 200 сленговых единиц, исключая мемы и идиомы. **Новизна** исследования обусловлена его материалом.

Методы исследования: современный описательный, приём количественной обработки материала, интерпретативный.

Цель данной работы – изучить лексикон социальной группы «анимешников», общающихся на сайте «Mangalib».

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

- 1) изучить особенности молодёжного интернет-сленга;
- 2) рассмотреть языковые заимствования как источник пополнения интернет-сленга;
- 3) провести количественный и качественный анализ сленговой лексики пользователей сайта;

- 4) выявить тематические группы данной лексики;
- 5) проанализировать прецедентные феномены (идиомы, мемы) в речи пользователей сайта.

Изучению молодежного интернет-сленга посвящены работы многих российских и зарубежных исследователей. Вопросами развития языковых социальных подсистем занимались такие ученые, как В.Д. Бондалетов, Ю.Д. Дешериев, А.Д. Швейцер и др. В последнее время все больше внимания уделяется взаимодействию языка и общества, что проявляется в распространенности использования сленга и его различных форм. Значительный вклад в данную проблему внесли работы таких исследователей, как Е.Г. Борисова-Лукашенец, С.В. Вахитов, М.А. Грачев, В.С. Елистратов и др.

Практическая значимость анализируемой проблемы заключается в том, что проведенное исследование помогает лучше понять особенности мировоззрения и языковой картины мира молодежи, увлекающейся аниме и другими формами восточной культуры.

Основное содержание работы.

Первая глава «Теоритические аспекты исследования» посвящена рассмотрению основных понятий, которые необходимы для изучения лексикона пользователей молодежного сайта. Глава состоит из пяти разделов: «Интернет-коммуникация: определение понятия и базовые характеристики», «Понятие и специфика молодежного интернет-сленга», «Мемы как часть интернет-сленга», «Языковые заимствования как источник интернет-сленга», «Сленг “анимешников”».

В разделе 1.1 дается определение понятия *интернет-коммуникация*. Для уточнения определения этого понятия был проведен обзор актуальных исследований в области лингвистики: работы И. Н. Розиной, Л. П. Халяпиной, Е. И. Горошко и О. В. Лутовиновой.

Согласно И. Н. Розиной, интернет-коммуникация – это «использование людьми электронных сообщений для формирования знаний и взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах». Выделяется несколько форм коммуникативного взаимодействия. Первая форма – это безличное взаимодействие, общение реального субъекта с субъективизированным объектом как иллюзорным партнером. Вторая форма – межличностное общение, которое характеризуется взаимодействием между участниками коммуникативного процесса, общение реального субъекта с реальным партнером. Третья форма, гиперперсональная, дает возможность оценивать уровень искренности участников в различных коммуникативных взаимодействиях.

По мнению ученых, можно выделить семь основных жанров интернет-коммуникации: электронная почта, дискуссионные группы или форумы, веб-конференции, чаты, блоги, социальные сети, в которых взаимодействуют группы людей с одинаковыми интересами.

В разделе 1.2 дается определение понятия *интернет-сленг*. Для уточнения определения этого понятия рассматривается понятие *сленг*, данное лингвистами В. А. Хомяковым и О. С. Ахмановой.

Согласно В. А. Хомякову, «Сленг – это относительно устойчивый для определенного периода, широко употребительный, стилистически маркированный лексический пласт (имена существительные, прилагательные и глаголы, обозначающие бытовые явления, предметы, процессы и признаки), компонент экспрессивного просторечия, входящего в литературный язык, весьма неоднородный по своим истокам, степени приближения к литературному стандарту, обладающий пейоративной экспрессией».

Согласно О. С. Ахмановой, «Сленг – 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».

Итак, интернет-сленг – это сленг, который используется в виртуальном общении.

В разделе 1.3 было рассмотрено понятие *мем* и роль мемов в интернет-сленге. Согласно Н. А. Зиновьевой, «Мем – это информационный комплекс, насыщенный экспрессией, формирующий социальную среду, передаваемый, в основном, посредством социальных сетей». Мемы отражают личные эмоции и переживания своих создателей, позволяя их опыту стать известным для широкой публики. Они демонстрируют различные события и явления, тем самым информируя людей и иницируя обсуждения. М. В. Ягодкина считает, что интернет-мем может быть определён как креолизованный вирусный знак, распространяющийся от одного интернет-пользователя к другому.

Раздел 1.4 посвящен роли языковых заимствований в интернет-сленге. А. Н. Гамов утверждает, что использование иностранных слов можно рассматривать как один из главных способов расширения словарного запаса. Языковые заимствования являются важным источником молодежного интернет-сленга. Основная причина заимствования англицизмов в различных областях человеческой деятельности (в науке, культуре, искусстве) заключается в отсутствии в русском языке собственных аналогичных терминов. Заимствование является ответной реакцией языка на изменения в обществе, вызванные ходом времени, и служит созданию наименований для новых явлений и объектов.

Раздел 1.5 рассматривает сленг малой социальной группы «анимешников». Значительную часть жаргона «анимешников», или «анимешного» сленга, составляют англицизмы. А. Х. Габдуллина считает, большинство из них пришло в язык этой социальной группы из общего сленга, который активно формируется в интернете. Эти слова, в свою очередь, попали в общий сленг из компьютерного жаргона и стали особенно популярны в русском языке в начале 2000-х годов. Для обозначения тех или иных явлений, связанных с аниме и мангой, используются заимствования из английского или

японского языков. Заимствованные слова активно адаптируются в языке, их количество постоянно увеличивается.

Во второй главе исследования «Анализ лексикона пользователей сайта “Mangalib”» проводится анализ лексикона пользователей сайта на основе их комментариев. Как и любая другая субкультура, данная группа использует множество слов и выражений, которые понятны только ее участникам. Благодаря распространению интернет-лексики и общепринятого сленга, языковая составляющая этой субкультуры довольно разнообразна.

Было выяснено, что сленг «анимешников» на сайте «Mangalib» выполняет несколько функций: номинативную, экспрессивную, оценочную, интегративную, функцию экономии речевых усилий. Однако, в данной социальной группе широко распространено использование и современных выражений общемолодежного сленга.

В разделе 2.1 сленговые единицы разделены на тематические группы и приведено их процентное соотношение:

- Жанры произведений 20% (*Сёнен, дзёсей, сёдзе, спокон, махо-сёдзе, меха, реверс гарем* и т. д.)
- Территориальная принадлежность произведений и их авторов 18% (*Манга, манхва, маньхуа, ранобэ, дунхуа, лакорн* и т. д.)
- Архетипы персонажей 25% (*Цундере, яндере, гяру, Мэри Сью, наследный принц, злодейка, святая, бисенен, шкаф* и т. д.)
- Явления, связанные с комиксами и аниме 16% (*Рисовка, фрейм, анлейт, флешбэк, сейю, лайв-экип, канон, таймскип, хиатус, данж, скилл* и т. д.)
- Увлечения, пристрастия представителей субкультуры 12% (*Шипперить, отаку, фандом, олдфаг, ньюфаг, сасэн* и т. д.)
- Отношения 4% (*Пейринг, шип, соулмейты, соло, саранхэ* и т. д.)

- Качества, свойства лица или предмета 3% (*Моз, чиби, эгьё, маленький мяу-мяу* и т. д.)
- Обращения к человеку 2% (*Сенсей, оппа, сонбэ, хён, нуна, онни* и т. д.)

В разделе 2.2 рассматриваются примеры употребления прецедентных текстов в речи пользователей сайта. В связи с глобализацией интернет-общения многие мемы и идиомы, которые употребляют в своей речи пользователи сайта «Mangalib», являются известными и актуальными как для русского, так и для зарубежного коммуникативного сообщества. Китайские идиомы («*белый лотос*», «*кормить собачьей едой*», «*золотой палец*» и т. д.) составляют 2% от всей изученной лексики.

Почти 10% лексикона пользователей сайта составляет цитирование прецедентных текстов, особенно мемов, что в наибольшей степени присуще речи молодежи. К прецедентным феноменам в сленге «анимешников» относятся не только мемы (картинки и тексты из интернета), но и цитаты из песен, кино, сериалов, мультфильмов и аниме. В роли прецедентных текстов может выступать цитирование непосредственно самого произведения, о котором пользователи оставляют комментарии. Большинство прецедентных текстов используется как эмоциональная реакция пользователя сайта на события или новую информацию в сюжете.

Прецедентные тексты разделяются на:

- 1) отсылки к интернет-мемам и роликам на популярных платформах «YouTube» и «TikTok».
 - «*Horny grip*» – графическое изображение человека, вцепившегося себе в ногу с данной подписью.
 - «*Что-то на татарском*» – звук из приложения для просмотра коротких видеороликов TikTok.
 - «*Вы не понимаете, это другое*» – изображение данной надписи в виде логотипа киностудии 20th Century Studios.

- *«Не кричи, я не глухая. Ты – хороший, я – плохая»* – отрывок из видеоролика на платформе TikTok, в котором девушка зачитывает стихотворение «Я плохая – ты хороший» Анны Ошариной.

2) отсылки к популярным фильмам, мультфильмам, сериалам, телепередачам.

- *«Я уже играл в эти игры!»* – цитата Ли Джон-джэ из 2 сезона сериала «Игра в кальмара».
- *«Это не Кира. Это я. Я не Кира»* – отрывок из видеоролика «Преступление и преступление» на YouTube, посвященного аниме «Тетрадь смерти».
- *«Все идет/ прошло согласно кейкаку»* – популярная фраза-пародия на 24-й эпизод аниме «Death Note», в котором главный герой произносит слова «just as planned» («keikaku» — японское слово, означающее «план»).
- *«А ловко ты это при думал, я сначала даже и не понял. Молодец!»* – цитата Добрыни Никитича из мультфильма «Добрыня Никитич и Змей Горыныч» (2006).

3) отсылки к популярным песням.

- *«Красиво ты вошла в мою грешную жизнь»* – строчка из песни Валерия Меладзе «Красиво».
- *«She knows, she knows and I know she knows»* – строчка из песни «She knows» исполнителя J. Cole (2014).
- *«Я Дазай-манипулятор, мне не нужен калькулятор»* – строчка из песни «Дазай--манипулятор» исполнительницы «Суспензия».
- *«Я тебе не верю, ты сон вчерашний»* – строчка из песни Григория Лепса и Ирины Аллегровой «Я тебе не верю».

Можно заметить, что многие цитаты и мемы отсылают к восточной анимационной культуре: «Дазай-кинни», «Все идет/ прошло согласно кейкаку» и др.

Сленговые единицы в речи «анимешников» могут объединены в тематические группы, среди которых преобладают номинации жанров, архетипов персонажей, произведений и их авторов по территориальной принадлежности. Это свидетельствует об актуальности для данной субкультуры жанров, не имеющих аналогов в русскоязычном пространстве. Цитирование прецедентных текстов показывает, как интернет-культура проникает в повседневный язык, в том числе и в речь «анимешников», создавая общие культурные коды.

В Заключении подведены итоги работы.