

УДК 811.161.1

А. С. Кибартас,

филологический факультет,

Омский государственный педагогический университет

Научный руководитель: канд. филол. наук, доц. Ю. Ю. Литвиненко

Новые сленгизмы в русском языке XXI века

Аннотация. Статья посвящена изучению сленговых слов (сленгизмов), появившихся в последнее десятилетие. Рассмотрены их основные способы образования, семантика, грамматика, специфика употребления в речи. Базовой методикой работы послужил анализ результатов проведенного опроса носителей русского языка.

Ключевые слова: русский язык, сленг, сленгизм, семантика, употребление, способы образования, опрос.

В научной литературе существует большое количество трактовок понятия «сленг». Достаточно развернутое и точное определение дает В. А. Хомяков: «Сленг — это относительно устойчивый для определенного периода, широко употребительный, стилистически маркированный (сниженный) лексический пласт (именно 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» [2, с. 43–44]. Подавляющее большинство толкований сходится в том, что сленг представляет собой довольно нестабильную систему. Одни слова становятся популярными в употреблении, другие же забываются, уходят на второй план.

Словарь сленга постоянно пополняется новыми словами, и происходит это разными путями. Е. В. Харькова и К. М. Амирханова выделили несколько основных способов образования сленговых слов: заимствования, аффиксация, полисемия, аббревиация, блатные арготизмы и метафорика [1, с. 162–163]. На данный момент именно заимствование считается наиболее частым способом возникновения новых сленгизмов. Самое большое количество заимствований приходится на английский язык [1, с. 162]. Например: *кринж* «ощущение испанского стыда (стыда за кого-то) или досады» — от англ. *cringe*, *чил* «отдых, передышка» — от англ. *chill*.

В ходе изучения сленга и специфики его употребления мы провели опрос среди 40 респондентов. Их возрастной состав: от 18 до 25 лет — 20 человек, от 35 до 50 лет — 20 человек. Участникам

был предложен перечень из 10 новых сленговых глаголов: *душить*, *загоняться*, *заходить*, *выкупать*, *запилить*, *палить*, *залить*, *руинить*, *шарить*, *комфортить*. Для данных сленгизмов было необходимо придумать контекст. Проанализировав полученные результаты, мы выяснили следующее.

Во-первых, сленговое слово, как и слово из литературного языка, может быть полисемичным. Например, употребление слова *комфортить* зависит от коммуникативной цели говорящего: 1) поддержать человека, оказавшегося в непростой ситуации (*Мне хочется тебя комфортить из-за того, что с тобой так жестоко поступили*) или 2) сообщить о том, что он [говорящий] уютно обустроил свой дом (*Я обкомфортил свой дом, добавил немного уюта*).

Во-вторых, специфика использования сленгизма может заключаться в способе его образования. Так, сленгизмы, являющиеся заимствованиями и/или бывшими жаргонизмами, в большей мере вызывают у людей затруднение при употреблении в речи, несмотря на ассоциативный ряд, который может возникнуть со схожими русскими словами. Например: *руинить* (от англ. *to ruin*) — «портить, разрушать» (ассоциация со словом *руины*).

В-третьих, сленговые значения могут как набирать популярность в употреблении, так и терять ее. Например, 22 респондента (55 % от общего числа опрошенных) использовали слово *залить* в значении «загрузить что-либо куда-либо» (*Сначала я отредактирую фото, а позже залью его в «Инстаграм»*). Для сравнения: семь респондентов (17,5 % от общего числа опрошенных) использовали видовую пару глагола *залить* — *заливать* в значении «врать, обманывать»: *Ты мне заливаешь какую-то дичь; Заливает мне в уши*. Отмечено употребление фразеологизма

«залить глаза»: *Залить глаза алкоголем; «Ты опять залил глаза», — кричала соседка своему мужу.*

В-четвертых, один сленгизм может быть синонимом к другому. К примеру, восемь респондентов (20 % от общего числа опрошенных) под словом *запилить* имели в виду «опубликовать определенное фото или видео в интернете», что роднит по смыслу этот сленгизм со сленговым словом *залить*.

В-пятых, специфика сленгизмов может рассматриваться с точки зрения не только лексики, но и грамматики (морфологии и синтаксиса). Слово *зайти* в значении «выражение симпатии к чему-либо» не употребляется в формах 1-го и 2-го лица единственного и множественного числа, так как обозначает не действие одушевленного объекта, а его состояние. В данном случае субъект состояния выражен в форме дательного падежа: *Мне дико зашел новый альбом Нойза, Послушай эту песню, я думаю, тебе зайдет.* Глагол *шарить*

(«разбираться, понимать, быть знатоком») чаще всего используется с предлогом «за» (*Я больше не шарю за молодежные тренды, кажется, я постарела*), реже — с предлогом «в» (*Я не особо шарю в психолингвистике — меня заставили*).

Таким образом, можно сделать вывод о сленге не только как о специфичном источнике пополнения языка новыми словами, но и как о подсистеме единиц, по-разному воспринимаемых и интерпретируемых людьми. Трудность изучения же заключается в том, что сленг — это подвижный пласт языка, развитие которого происходит постоянно и иногда молниеносно: некоторые слова могут очень быстро выйти из употребления, устареть или переосмыслиться. Наше исследование показывает, что необходимо применять комплексный подход к изучению сленга, не ограничиваясь анализом лексем только на семантическом уровне, а обращая также внимание на грамматический и прагматический аспекты.

1. Харьковская Е. В., Амирханова К. М. Способы словообразования в молодежном сленге русского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2016. — № 10-1 (64). — Ч. 1. — С. 161–163.

2. Хомяков В. А. Нестандартная лексика в структуре английского языка национального периода : дис. ... д-ра филол. наук. — Л., 1979. — 394 с.