

**ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ РУССКОГО ОБЩЕГО СЛЕНГА**

*Статтю присвячено аналізу деяких ознак загального сленгу в російській мові. Представлено визначення поняття «загальний сленг» та наведено його основні особливості, що відрізняють загальний сленг від інших шарів субстандартної лексики.*

*Ключові слова: загальний сленг, субстандартна лексика, жаргон.*

*The article offers the review of some features of general slang in the Russian language. The definition of the notion “general slang” is given. The article also deals with principal peculiarities of general slang that make it different from other parts of substandard vocabulary.*

*Key words: general slang, substandard vocabulary, jargon.*

Изучение общего сленга в русском языке началось недавно. Лингвисты пытаются дать определение общему сленгу, однако единого подхода к данному явлению до сих пор не существует. Растущий интерес учёных к сленгу объясняется постоянным процессом пополнения и изменения его лексики, а также участвовавшими случаями его употребления в средствах массовой информации, современной художественной литературе и кинематографе. Проблема общего сленга входит в круг научных интересов таких современных лингвистов, как Р.И. Розина, Л.А. Кудрявцева, В.В. Химик и многих других. Тем не менее, в научной литературе до сих пор нет четкого определения понятия «сленг», как и нет терминологической чёткости в описании данного явления. Следует отметить, что разделение сленга на общий и специальный первоначально применялось только специалистами романо-германской филологии [5, с. 113–115], однако благодаря популярности самого термина

«сленг» в современной русистике, подобное размежевание стало использоваться и по отношению к русскому языку. Однако до конца не очерчена грань между общим сленгом и городским просторечием, не определена в полной мере степень приближённости общего сленга к литературному стандарту, нет чётких критериев отнесения тех или иных лексических единиц к общему сленгу.

Вышесказанное обусловило актуальность изучения общего сленга. *Цель* статьи: проанализировать некоторые признаки общего сленга.

Прежде всего, необходимо дать определение общего сленга. Основываясь на понимании общего сленга В.А. Хомяковым [8], Р.И. Розиной [6] и Л.А. Кудрявцевой [2], а также принимая во внимание основные его дифференцирующие признаки, мы предлагаем следующее определение общего сленга: особый лексико-фразеологический слой, состоящий из слов и фразеологических единиц, заимствованных из специального сленга, жаргона, арго, просторечия и других социолектов, единицы которых, покидая первоначально узкую сферу своего употребления и распространяясь в устной разговорной речи, языке СМИ и художественной литературы, становятся понятными для широкого круга носителей русского языка независимо от возраста, профессии, образования и социального статуса и употребляются ими в ситуации непринуждённого общения или для создания такой ситуации.

Итак, основными признаками общего сленга являются следующие:

1. Общий сленг употребляется в устной речи. Хотя в последнее время наблюдается активное использование его единиц в средствах массовой информации (газеты, телевидение, радио, реклама, Интернет) и художественной литературе, ориентированной на широкую аудиторию. Общий сленг стал престижным и необходимым средством самовыражения. Можно привести несколько примеров: «*Стрёмный корабль*», «*Мне всё по барабану*», «*Они торчат под рейв*», «*Нам с тобой было супер*» – это всё названия песен или строки из них. Эти песни звучат на радио и доступны каждому слушателю. В произведениях современной литературы тоже встречаются единицы сленга:

То есть, их девушки не дожидались, а выходили замуж за всяких студентов и прочих, *отмазывающихся* от службы – Е.В. Гришковец «Как я съел собаку». Даже в новостях и на страницах новостных газет можно наблюдать функционирования сленга: *Угробили* завод, *сволочи* (Гривна. Субботний выпуск, 6 февраля 2009 г.). *Настоящей бомбой* вечера стал дуэт, сообщениями о котором интернет пестрел все последние дни, – Пугачёва и Ротару с провокационной песней «Нас не догонят» группы «Тату» (РТР, «Вести», 15 апреля 2009 г.). Мы видим, что происходит расширение естественной сферы употребления общего сленга и появляется его письменная форма. Прежде всего, именно в СМИ исчезают границы между литературным языком и внелитературными формами национального языка. Сленгизмы очень часто являются доминирующим наименованием, находится в смысловом центре фразы, занимает сильную синтаксическую позицию, и это создает впечатление их значимости. Для сленга практически нет тематических ограничений в текстах СМИ (это может быть материал о политике, экономике, спорте или искусстве). Привлекательность общего сленга как яркого эмоционально-экспрессивного стилистического средства обуславливает их использование также в рекламе, которую постоянно транслируют по телевидению, например: *Не тормози – сникерсни!*; *Миринда – оттянись со вкусом!*; *Улётные цены на авиабилеты!* и т.д.

2. Основу общего сленга составляет нелитературная лексика, то есть слова и словосочетания, находящиеся за пределами литературного русского языка с точки зрения требований современной литературной нормы. К такой лексике следует относить и слова литературные по происхождению, но изменившие одно из своих значений или развившие новые значения. Например: *голубой* – гомосексуалист.

3. Общий сленг заимствует материал из жаргонов, специального сленга и аргю. Следует здесь сказать, что общим сленгом жаргонизмы являются лишь в том случае, если метафорически переосмыслены или употребляются для определённой цели, например, для более ёмкой и лаконичной характеристики

человека, объекта, явления и т.д. При этом говорящий чётко соотносит сленговое слово с его литературным эквивалентом. Например: *«Она [А.Б. Пугачёва] всегда говорит так – кто с открытым сердцем принимает участие в “Рождественских встречах”, тем **прёт** потом в году и в жизни. Вот видите: уже 10 лет **прёт**»* – приводит слова народного артиста Украины и России Н.В. Баскова телеканал «Интер». Ещё один пример: кандидат на пост Президента Украины С.Л. Тигипко, отвечая на вопрос журнала издания «Корреспондент» о том, не жалеет ли он, что променял бизнес на политику, сказал: *«Сейчас нет. Сейчас меня просто **прёт от** политики. Мне **в кайф**»*.

4. Общим сленгом могут пользоваться образованные люди в ситуации непринужденной беседы и для создания такой ситуации. Об этом, в частности, говорит Л.А. Ставицкая, отмечая, что образованные люди могут пользоваться общим сленгом без риска для своей речевой компетенции в неофициальных ситуациях устного общения [7, с. 41]. Иными словами, сегодня расширяется сфера бытования нелитературных единиц. Так, Л.П. Крысин отмечает, что в среде носителей литературного языка меняется отношение к сленгу: частью говорящих он осознается уже не как социальная чуждая языковая подсистема, средства которой недопустимы в культурном общении, а как источник особо выразительных, экспрессивных слов и оборотов, которые могут использоваться в литературной речи в определённых ситуациях общения» [1, с. 110]. Добавим, что иногда общий сленг применим даже в официальных ситуациях для снятия напряжённой обстановки. Так, например, Владимир Путин, выступая с напутственным словом перед олимпийской сборной России, использовал сленг. *«Сам масштаб [строительства олимпийских объектов в Сочи] избавляет меня от необходимости делать большую и длинную презентацию каждому объекту. Это даёт мне полное право сказать коротко и понятно для каждого: это **круто!**»* – сказал премьер-министр (Первый канал, 12 февраля 2010 г.).

5. Слова общего сленга эмоционально и стилистически окрашены, причём эта окраска отличается большим разнообразием оттенков (шутливая, ироническая, насмешливая, пренебрежительная, презрительная, и т.д.).

6. Общему сленгу присуща языковая игра. Здесь языковая игра понимается узко как особый вид использования языка, при котором последний является не только средством коммуникации, но выполняет и другие функции; при этом он не просто передает некоторое внеязыковое содержание, но и сам притягивает к себе внимание. В наиболее явном виде такое понимание языковой игры наблюдается в игре слов. Довольно часто игра слов используется в рекламе и лозунгах (уже упомянутые выше *улётные* цены). Приведём ещё в качестве примера анекдот, найденный нами на одном из многочисленных интернет-форумов:

*Сидит на полянке ребёнок, плачет горькими слезами. Подходит к нему наркоман и спрашивает: «Чего плачешь?» А мальчик ему и отвечает: «**Колесо** потерял». Наркоман извлекает тогда из кармана **таблетку**, протягивает ребенку.*

*– Нет, у меня не такое было! – кричит ребенок.*

*– Ну, тогда пойдём ко мне домой, у меня ещё есть.*

*– Не хочу! Я лучше на **травке** посижу.*

*– Хорошо тебе... на **травке** сидишь.*

В этом диалоге обыгрываются литературное и сленговое значения слова *колесо* «диск или обод, вращающийся на оси или укрепленный на валу и служащий для приведения механизма в движение» и «таблетка, используемая как наркотическое средство» и словосочетание *сидеть на травке* – «курить анашу».

7. Ещё одним признаком общего сленга является его динамичность, мгновенное реагирование на процессы и тенденции окружающего мира. Общий сленг находится в постоянном движении, и период существования слов от момента их появления до замены новыми словами может быть намного короче, чем в литературном языке. Одни сленговые слова и выражения с течением времени настолько приживаются, что переходят в общеупотребительную речь, другие существуют лишь некоторое время вместе со своими носителями или эпохой (или просто заменяются новыми, теряют «модность»), третьи так и

остаются сленговыми на протяжении длительного времени и жизни многих поколений, никогда полностью не переходят в литературный язык, но в то же время и совсем не забываются. Так, например, ранее сленговые слова *стушеваться*, *острить* и др. перешли в литературный язык и больше не ассоциируются со сленгом. Такие сленговые слова второй половины XX века, как *гроб* («гражданская оборона»), *сачок* («прогульщик, бездельник»), *фирма́* и т.п. хотя еще иногда и употребляются, но практически ушли в прошлое. А такие слова как *стебаться*, *лабать*, *кайфовать* и многие другие так и остаются на протяжении длительного времени сленговыми [3].

8. В последнее время для общего сленга характерен такой необычный для этого лексического пласта инновационный процесс, когда сленговые слова создаются на вершине социальной пирамиды, а затем распространяются к ее основанию. Распространение сленга сверху вниз имеет место, например, в тех случаях, когда писатели, публицисты, деятели театра и кино не только популяризуют уже существующий сленг, но и создают свой собственный, часть которого становится общеупотребительной. Об этом процессе в английском языке говорит А.Д. Швейцер, называя новообразования, созданные в результате данного процесса, «синтетическим сленгом» [9, с. 11]. Подобное явление можно наблюдать и в русском языке. Создателями «синтетического сленга», как правило, являются писатели, теле- и радиоведущие, юмористы, а также политики. Например: *гламур*, *гламурный*, *уик-энд*, *хеппи-энд*, *тусовка*, *тусоваться* и т.д. Многие из подобных слов заимствуются из других (чаще всего английского) языков.

Вышеприведённые признаки могут свидетельствовать о самостоятельности общего сленга и его отличии от жаргона, арго и городского просторечия. Кроме того, активное развитие общего сленга, расширение круга его носителей, употребление в устной речи, СМИ и художественной литературе определяют перспективы его дальнейшего глубокого изучения.

## *ЛИТЕРАТУРА*

1. Крысин, Л.П. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка. – М.: Наука, 1989. – 186 с.
2. Кудрявцева Л. А. Общий сленг в русском языке // Владимир Иванович Даль и современные филологические исследования: Сб. научных работ. – Киев: Издательско-полиграфический центр «Київський університет», 2002. – С. 198–203.
3. Левицова С.И. Молодёжный сленг как своеобразный способ вербализации бытия // Бытие и язык. – Новосибирск, 2004. – С. 167–173. – Электрон. текстовые дан. – Спб.: Без Изд., 1998. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/levikova-04.htm>, свободный.
4. Матюшенко, Е.Е. Современный молодёжный сленг как атрибут молодежной субкультуры / Е.Е. Матюшенко // Вестник СНО. № 19 / сост. О.В. Иванковская. — Волгоград: Перемена, 2003. — № 19. — С. 97—102 (0,4 п.л.).
5. Стилистика английского языка: Учебник/А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко. – К.: Выща шк., 1991. – 372 с.
6. Розина Р.И. Состояние и тенденции развития общего русского сленга 2000–2003 гг. // Русский язык. – 2003. – №20 (23–31 мая). – С. 12–13.
7. Леся Ставицька. Арго, жаргон, сленг: Соціально диференціяція української мови. – К.: Критка, 2005. – 464 с. – Бібліогр.: с.426–449.
8. Хомяков В.А. Нестандартная лексика в структуре английского языка национального периода: Автореф. докт. дис. ... канд. филол. наук. – Л., 1980. – 49 с.
9. Швейцер А.Д. Американский вариант литературного английского языка: пути формирования и современный статус // Вопросы языкознания. – 1995. – №6. – С.3–16.