

*Степанова Е.А. Развитие умений говорения старших школьников посредством использования сленга // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 06 (июнь). – АРТ 250-эл. – 0,4 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

### **РУБРИКА: ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ**

**Степанова Евгения Александровна**  
студентка 5 курса, факультет иностранных языков  
*Научный руководитель:* Антюфеева Ю.Н., к.ф.н., доцент  
ФГБОУ ВПО Тульский государственный педагогический университет им.  
Л.Н.Толстого  
e-mail: [stepanova4000@mail.ru](mailto:stepanova4000@mail.ru)

## **СЛЕНГ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ И ЕГО МЕСТО В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ**

*Аннотация:* статья описывает понятие сленга, его виды. Также в статье рассказывается о влиянии средств массовой информации на развитие сленга.

*Ключевые слова:* сленг, СМИ, виды сленга.

**Stepanova Evgeniia Alexandrovna**  
5th year student, Faculty of Foreign Languages  
Supervisor: Antyufeeva Yuliana Nikolaevna, PhD, Associate Professor,  
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University  
[stepanova4000@mail.ru](mailto:stepanova4000@mail.ru)

## **SLANG IN MODERN LINGUISTICS AND ITS PLACE IN ENGLISH MEDIA**

*Abstract:* this article describes the concept of slang. The article also describes the influence of the media on the development of the slang.

*Keywords:* slang, media, types of slang

Илья Романович Гальперин, один из крупнейших лингвистов, лексикографов и специалистов в области стилистики и лингвистики, писал, что английская лексика является системой, в которой понятия, значения слов, их морфологическая структура и характеристика взаимосвязаны и зависимы друг от друга.

По мнению И.Р.Гальперина, наибольшее количество слов в английском языке на сегодняшний день являются общеупотребительными, обладают нейтральной стилистической окраской и могут употребляться и в письменной и в устной речи. И.Р. Гальперин говорил о двух видах лексики современного английского языка: литературно-книжная и разговорная. К литературно-книжной лексике он относит термины, поэтизмы, архаизмы, неологизмы, варваризмы и иностранные слова. К разговорной лексике - сленг, жаргонизмы, диалектизмы, профессионализмы.

Различия между сленгом и другими группами разговорной лексики должны быть подвергнуты более подробному лингвистическому описанию, хоть они очень тонки и трудноразличимы.

Сленг — это социальная разновидность языка, употребляемая ограниченным числом людей и отличающаяся по своему строю (фонетике, грамматике, лексемному составу и семантике) от языкового стандарта. Языковой стандарт — это образцовый, нормализованный язык, нормы которого воспринимаются как «правильные» и общеобязательные и который противопоставляется диалектам и просторечию [Словарь литературных терминов, 1925, с. 532]. Электронный словарь «Oxford living

dictionaries» английского языка определяет сленг следующим образом: A type of language consisting of words and phrases that are regarded as very informal, are more common in speech than writing, and are typically restricted to a particular context or group of people [Oxford living dictionaries]. В энциклопедическом словаре Д. Кристала сленг определяется как неформальный вокабуляр, понятный только определенным группам людей, а также как профессиональный жаргон (informal, nonstandard vocabulary, usually intelligible only to people from a particular region or social groups; also the jargon of special group, such as doctors, cricketers, or sailors"). Парадокс сленга, по мнению Д. Кристала, заключается в том, что люди смотрят на этот слой лексики свысока, однако вряд ли могут избежать его использования [Crystal, 1995]. В этих определениях сленг является и специальной лексикой и особым языком.

Проанализировав эти определения, можно сказать, что сленг - это набор нестандартных нелитературных слов и выражений, которые выражают что-то новое или что-то старое, но в совершенно другом смысле. Сленг - это не просто слова, а используемые особым образом в определенном социальном контексте слова и словосочетания, иногда называемые сленгизмами. Происхождение данного термина неизвестно [Беляева, 1985, с.234].

Сленг следует отличать от остальных типов разговорной лексики. Например, жаргон в Англии указывает на специализированную речь преступников, который в Соединенных Штатах чаще называют аргю. А термин диалект характеризует язык в определенной географической области или социального класса.

Сленг может использоваться для выражения различных оттенков - шуточных, иронических, насмешливых, пренебрежительных,

презрительных, грубых и даже вульгарных. Неправильным и ошибочным считается понимать под сленгом также нецензурные слова и выражения (ругательства).

Почти всегда сленг, появляясь или при переходе в более широкую сферу употребления, является почти или совсем непонятным для основной массы людей. Прежде всего, это связано со специальной формой выражения, которая характерна для сленга. Также сленгизмы могут быть непонятны из-за того, что они заимствованы из различных диалектов и жаргонов английского и других языков.

«Поэтому так важно исследовать конкретные причины этого явления в каждом отдельном случае. Анализ лексико-фразеологических единиц сленга с точки зрения понятий лингвистической терминологии приводит в каждом конкретном случае к использованию таких различных терминов, как разговорно-просторечная лексика, жаргонизмы, профессионализмы, диалектизмы, грубо фамильярная лексика, вульгаризмы и т.д. Иногда к сленгу зарубежные лексикографы причисляют почти все неологизмы, проникшие в общее употребление из более или менее узких сфер и отличающиеся своей малой понятностью для многих людей (по смыслу или форме) или обладающие специфической эмоциональной окраской» [Беляева, 1985, с. 234].

Сленг может различаться по тематике и по этической направленности. Можно выделить несколько подвидов сленга: военный, спортивный, театральный, студенческий, политический, молодежный, религиозный. Одним из наиболее плодотворных источников являются субкультуры профессиональных преступников, которые мигрировали в 16-ом веке. Большинство групп и субкультур, использующих сленг склонны выбирать слова из смежных языков и давать им новые специальные значения.

Традиционными являются и заимствования из иностранных языков включая языки американских индейцев. Люди, относящиеся к более образованным группам и профессиям, таким как медицина, юриспруденция, психология, социология, машиностроение и электроника, как правило, создают собственный глоссарий, часто основанный на латинском и греческом языках. Но не только они являются основными источниками сленга. Например, воздушные силы и некоторые другие виды вооруженных сил заимствуют сленг из машиностроения и электроники.

Различные издания газет и журналов используют разные виды сленга. Например, молодежный, политический и спортивный.

Молодежный сленг является одним из видов групповых жаргонов, который используется в речи молодого поколения и характеризуется активным употреблением и открытостью. Этот сленг стал наиболее популярен среди молодежи в интернете в 21 веке. В нем очень часто используется ненормативная лексика, что является характерным для сленга. Наиболее часто молодежь использует его при написании комментариев и сообщений в блогах и чатах.

На появление сленга в речи молодежи влияет несколько факторов. Например, развитие компьютерных технологий стало причиной появления таких сленгизмов, как *online* (онлайн - подключенный к сети Интернет) и *offline* (офлайн - отключенный от сети Интернет), *gamer* (геймер - человек, играющий в компьютерные игры) и *user* (юзер - пользователь), и каждый, отправляя письма по *e-mail* (почте) использует *smiles* (смайлики). Сюда же можно отнести и влияние компьютерных игр, видео и мультфильмов.

Также на молодежный сленг могут влиять и другие хобби, такие как музыка и танцы. Молодёжный сленг, относящийся к миру музыки, содержит названия различных направлений в музыке и танце: *pop* (попса), *hip-hop*

(хип-хоп), *drum* (драм), *trans* (транс), гар (рэп). Отсюда следует и род занятости *rapper* (рэппер - человек, предпочитающие рэп направление в музыке), , *popper* (поппер - Человек, предпочитающий поп направление в музыке), *drummer* (драммер - человек, предпочитающий драм музыку) и т.д. Можно заметить, что эти слова не переводятся при переходе из одного языка в другой, а происходят процессы транслитерации или транскрибирования. «Транскрипция и транслитерация - это способы перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее формы с помощью букв ПЯ. При транскрипции воспроизводится звуковая форма иноязычного слова, а при транслитерации его графическая форма (буквенный состав)» [Комиссаров, 1990, с.87].

На сегодняшний день молодежный сленг можно услышать в средствах массовой информации, на радио и телевидении. Еще никогда, как сегодня он не употреблялся так часто и стольким количеством людей. Большинство молодежи употребляет сленг каждый день, о чем свидетельствуют различные социальные опросы, проводимые в Интернете среди молодых людей. Больше 50% молодежи от 13 до 18 лет говорят, что их главная и основная сфера использования сленга это Интернет. Эти слова часто употребляются в средствах массовой информации, книгах, газетах.

Политический сленг относится к словам и фразам, которые используются политиками, лоббистами, СМИ и другими людьми, чтобы поговорить о политических проблемах. Политический сленг состоит из специальных устоявшихся фраз, произнесенных когда-то политическими деятелями или журналистами.

Многие факторы влияют на учащение использования политического сленга средствами массовой информации. Например, при помощи сленга можно привлечь большее внимание читателей из-за экспрессивных и

оценочных характеристик политического сленга. Так же он помогает выражать сложные идеи более кратким и емким путем. Кроме того, СМИ могут завуалировать негативную информацию при помощи специального сленга профессиональных политиков. Наиболее привлекательным в использовании сленга является именно экспрессивность. Например, слова *obamason* - консервативный избиратель, который поддерживал Демократического кандидата Б. Обаму на президентских выборах 2008 года, и *oppor research* - политическое исследование, которое нацелено на поиске «грязной» информации об оппонентах [John Ibbitson, July 2, 2008]. Эти сленгизмы наиболее емко, кратко и немного иронично описывают сложные политические феномены и понятия.

Важно отметить, что очень часто журналисты в своих статьях разъясняют значение некоторых элементов политического сленга, потому что полное непонимание значений ведет к невозможности коммуникации. Например, сленгизм *zombie lie* - ложь, которую постоянно повторяют, несмотря на то, что ее уже много раз отвергали - объясняется автором в тексте статьи:

«The claim that only rich people pay taxes is a zombie lie - something that keeps coming back no matter how many times it's killed by evidence» [NY Times, April 22, 2011].

Политическая лексика очень тесно взаимосвязана и с другими видами сфер деятельности человека: история, право, философия, экономика, литература, дипломатия. Своеобразие речевого общения политиков состоит в отборе и организации лексико-фразеологических единиц в соответствии с целями и условиями общения сложившихся в процессе профессиональной деятельности. В речи политиков получают языковые выражения отношения власти. Потребность в оценочной лексике оказывается неизменно- высокой,

ибо высказывания политиков часто характеризуются остротой суждений в отношении своих противников.

Спортивный сленг это специальная лексика, используемая спортсменами, тренерами, судьями, СМИ и другими людьми, связанными со спортом. Спортивный сленг характеризуется такими чертами, как простота, динамизм, широкий круг пользователей, оценочный характер наименований, наличие огромного числа синонимов и близкое отношение к технической терминологии. Техническая терминология представлена общенаучными и межотраслевыми терминами, отраслевыми и узкоотраслевыми единицами, а также узкоспециальными наименованиями. Самую многочисленную группу составляют узкоспециальные термины, используемые только в определенном значении (свойственные конкретным видам спорта). Они обладают наибольшей информативностью, поскольку выражают специфические для того или иного вида деятельности понятия. Вокруг спортивной терминологии группируются профессионализмы, профессиональные жаргонизмы и номенклатурные обозначения. Границы между этими слоями не устойчивые, они довольно подвижны. Возможен их переход в разряд терминов как профессионализмов, реже жаргонизмов. Чаще всего в спортивном сленге употребляются существительные, фразовые глаголы и двусоставные номинативные единицы (примеры).

Спортивный английский сленг характеризуется большим количеством заимствований. Например, *mitt* от французского *mitaine* - кисть руки или боксерская перчатка, *nag* от голландского *pegge* - лошадь (используется как сленг у любителей скачек), *doss* от латинского *dorsum* - в сленге кулачных боев означает - лежащий на спине, *russ* от ирландского *russ* - в сленге боксеров означает рот, лицо, и др. Для США и Великобритании такое количество заимствований объясняется

распространением своего влияния по всему миру, а также этнической пестротой и культурным разнообразием, которое выражается и на языковом уровне.

СМИ - один из главных факторов, влияющих на распространение сленга. К языку современных СМИ относят газетную публицистику, ораторику, эссеистику, тексты мемуаров, биографий, а также тексты радиокomentarиев и др. Публицистический стиль выполняет две главные функции: информационную и воздействующую, а также ряд дополнительных: коммуникативную, экспрессивную, эстетическую. Среди жанров, которые относятся к данному стилю, можно выделить информационные, аналитические, сатирические, художественно-публицистические и рекламные. Публицистические произведения охватывают широкий круг тем, характеризуются многостильностью лексики. К основным языковым особенностям публицистического стиля можно отнести специальную терминологию, эмоционально окрашенную лексику, неологизмы, использование абстрактной и конкретной лексики, охват лексических единиц от научных до разговорных. Публицистической речи присуща скрытая или открытая оценочность, а также использование языковой игры, создание вертикального контекста с помощью цитат и всепроникающей иронии.

До существования средств массовой информации сленгизмы входили в общественную жизнь медленно и передавались в основном из уст в уста. Например, слово *snafu* (путаница) было изменено до *all fouled up* (облажаться) - во времена Второй мировой войны передавалось в армии от солдата к солдату. Сегодня, однако, спортивный комментатор, репортер или журналист может произнести слово и оно моментально разлетится в миллионы домов и начнет использоваться. Например, слово *uptight*

(встревоженный) впервые было использовано преступниками и наркозависящими людьми, и оно означало для них период бедствия, когда наркотики становились запрещенными. Позже, после использования этого слова в СМИ оно распространилось во всех сферах жизни, обозначая тревогу и напряжение, не связанное с наркотиками. Оно сохранило форму, но слегка изменило значение.

Таким образом, на основе всего вышесказанного, можно сделать вывод, что сленг является неотъемлемой частью культуры языка и одним из самых сложных явлений в современной лингвистике. Понятие «сленг» очень многогранно. Нельзя четко дать определение сленгу, так как это явление социальное, постоянно меняющееся и непредсказуемое. Сленг противостоит классическому, общепринятому языку и до конца понятен лишь представителям узкого круга лиц, принадлежащих к той или иной профессиональной или социальной группе, которая ввела в обиход данное слов или выражение. Сленг накладывает свой яркий отпечаток на язык всей нации.

Сленг играет очень важную роль в жизни всех групп, которые его используют - молодежь, спортсмены, политики и другие. Жизнь сегодня уже нельзя представить без сленга, который не только помогает людям общаться между собой, но и облегчает процесс усвоения новой иностранной лексики, расширяя словарный запас.

Именно средства массовой информации влияют сегодня на распространение и использование сленгизмов. «Заголовочный жаргон», синонимические повторы, слова нестойкого типа, употребление идиоматичных соединений, культуроспецифичная лексика, а также такие лексические приемы, как метафора и сравнение являются характерными чертами языка газетно-журнальных изданий. Эти языковые средства

способствуют реализации информационной и воздействующей функции газет, журналов, телевидения, Интернета, и достижению главной цели, т.е. сообщение основного и оказание на читателя определенного эмоционального воздействия.

**Список использованной литературы:**

1. Беляева Т.М. Нестандартная лексика английского языка [Текст] / Т.М. Беляева, В.А. Хомяков - Л.: Лен. Университет, 1985. - с. 234
2. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) [Текст] / М.: Высшая школа, 1990.
3. Crystal, David. The Cambridge Encyclopedia of the English Language [Text] / Crystal, David. - Cambridge University Press, 1995.
4. John Ibbitson, "Four months out, the smart money is on Obama to win" [Text] / John Ibbitson. - The Globe and Mail, July 2, 2008
5. NY Times. / April 22, 2011
6. Oxford dictionaries [site]. – © URL:<http://www.oxforddictionaries.com> (дата обращения 08.01.2017).

*Дата поступления в редакцию: 14.06.2017 г.*

*Опубликовано: 17.06.2017 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,  
электронный журнал, 2017*

*© Степанова Е.А., 2017*