

Функционирование сленга в публицистике
(на примере речи молодежного блогера
Константина Заруцкого)

Данила С. Кузякин

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, kuzyakin.danila@yandex.ru*

Аннотация. В статье речь пойдет об анализе функционирования сленга в речи блогера Константина Заруцкого – автора и создателя YouTube-канала “AcademeG”. Опираясь на научную литературу, автор описывает функции сленга в речи, после чего выявляет конкретные, относящиеся к сленгу слова в речи блогера и делает попытку осмыслить функции такого рода слов применительно к контенту канала. Автор статьи приходит к выводу о том, что блогер использует два типа сленговых слов: профессиональные жаргонизмы автомобилестроителей и молодежный сленг. Умелое использование этих групп сленгизмов позволяет блогеру охватить большую аудиторию, а зрителям – почувствовать себя членами единой команды, говорящими на одном языке.

Ключевые слова: сленг, функционирование сленга, публицистика, журналистика, речь, блогер, язык

Для цитирования: Кузякин Д.С. Функционирование сленга в публицистике (на примере речи молодежного блогера Константина Заруцкого) // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2023. № 10. С. 111–117. DOI: 10.28995/2686-7249-2023-10-111-117

The functioning of slang in journalism
(on the example of the speech of the youth blogger
Konstantin Zarutsky)

Danila S. Kuzyakin

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
kuzyakin.danila@yandex.ru*

Abstract. The article will focus on the analysis of the functioning of slang in the speech of blogger Konstantin Zarutsky, the author and creator of the YouTube channel “AcademeG”. Based on the scientific literature, the author

describes the functions of slang in speech, after which he identifies specific slang-related words in the blogger's speech and makes an attempt to comprehend the functions of such words in relation to the content of the channel. The author of the article comes to the conclusion that the blogger uses two types of slang words: professional jargon of automakers and youth slang. The skillful use of these groups of slangisms allows the blogger to reach a large audience, and the audience to feel like members of a single team speaking the same language.

Keywords: slang, slang functioning, publicism, journalism, speech, blogger, language

For citation: Kuzyakin, D.S. (2023), "The functioning of slang in journalism (on the example of the speech of the youth blogger Konstantin Zarutsky)", *RSUH/RGGU Bulletin, "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies" Series*, no. 10, pp. 111–117, DOI: 10.28995/2686-7249-2023-10-111-117

Сленг стал неотъемлемой частью языка интернет-пользователей, т. е. новой ступенью в развитии современного общества. В мире происходит процесс «социальной метисации» населения, под которым подразумевается разрушение старых и формирование новых классовых группировок¹. Этот процесс имеет огромное значение для развития и изменения языка в том смысле, что он влияет на состав носителей литературного «стандарта», т. е. литературного языка, и делает неопределенными границы, сущность и сферы распространения этого «стандарта» [Беглова 2006, с. 6]. Такие изменения языка очень ярко прослеживаются в речи блогеров.

В большинстве работ, посвященных сленгу, выделяются пять его основных функций: *коммуникативная*, помогающая людям общаться внутри определенной социальной группы, *объединяющая*, позволяющая им осознать себя членами этой группы, чувствовать себя в ней комфортно и защищенно, *эмоционально-экспрессивная*, помогающая выражать в общении свои эмоции и чувства, *манипулятивная*, с помощью которой слушателя можно приобщить к сообществу, и *контактоустанавливающая* – обозначающая способность с помощью сленга установить контакт с собеседником [Судзиловский 1973, с. 26, 38]. Кроме того, можно выделить еще две дополнительные функции сленга: *функцию социальной идентификации*, благодаря которой слушатель, услышав знакомые сленговые выражения, с легкостью может отнести себя к любой группе аудитории, и *функцию глобализации коммуникативного*

¹ Маслов Ю.С. Введение в языкознание. М.: Высшая школа, 1987. С. 150.

пространства, связанную со свойством сленга упрощать жизнь миллионам человек, поскольку одно и то же слово может употребляться в разных языках.

Собственно, эти функции и предопределили популярность сленга во многих сферах жизни и, в частности, в публицистике современных видеоблогеров [Лубицкая 2005, с. 9].

На канале Константина Заруцкого под названием «AcademeG» ежедневно появляется большое количество видеороликов, посвященных автомобильной тематике. Его видео можно разделить на две группы. Это подробные и серьезные обзоры автомобилей разных марок для зрителей, увлекающихся автомобилестроением, а также юмористические, веселые ролики, посвященные автомобилям, которые могут встретиться всем на дорогах общего пользования. В обеих группах блогер проверяет разные автомобили на прочность, показывает, где можно купить транспортное средство за малую цену и как можно утилизировать ненужный автотранспорт. В каждой группе присутствует сленг, которым блогер активно пользуется. Стоит заметить, что во всех видеороликах можно услышать два вида сленга: профессиональный и молодежный.

Приведем примеры.

Для начала – два «серьезных» видео, посвященных автомобилестроению. 9 января 2020 г. в эфир вышел видеоролик «Эти гусеницы на Wrangler реально поедут»². На 3-й минуте 20-й секунде эфира Заруцкий употребляет существительное «гусли», говоря о гусеницах, на которых в дальнейшем будет передвигаться его новый автомобиль. Само слово «гусли» очень активно используется людьми, которые любят езду по бездорожью. Существует огромное количество автолюбителей, использующих гусеницы на своих авто при езде по грязи, песку, бродам. Именно здесь проявляется *объединяющая функция* сленга. Употребив существительное «гусли» в отношении автомобиля, Константин Заруцкий дает понять, что видео рассчитано прежде всего на аудиторию, которой интересна тематика езды по бездорожью.

Далее, на 9-й минуте 25-й секунде эфира, Константин произносит прилагательное «кастомный»³. Данное слово превратилось в сленг в США. Его употребляли люди, которые занимались переделкой обычных автомобилей в спортивные. “Custom” в переводе с английского – это индивидуальный заказ. Со временем данное слово переключалось на русский язык и тоже стало частью молодеж-

² Эти гусеницы на Wrangler реально поедут // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=nLp_I8ktWKY (дата обращения 21.02.2021).

³ Там же.

ного сленга. Прилагательное «кастомный» стали употреблять все, начиная от производителей наклеек на велосипеды и заканчивая механиками и блогерами. Слово «кастомный» выполняет манипулятивную функцию. Аудитория, состоящая из обычных автолюбителей и профессиональных работников автомастерских, чувствует себя комфортно, тем самым разрушая коммуникативный барьер. Манипулятивная функция позволяет связать несколько аудиторий в одну. С помощью этой функции зрители разных возрастов и интересов объединяются одной темой.

Далее рассмотрим видеоролик от 14 ноября 2021 г. под названием «Как Lada боролась за Европу. История создания обвеса Calota»⁴. Стоит сказать, что это видео является подобием исторической сводки. Уже на 20-й секунде эфира Константин употребляет слово «тюнинг». Данное существительное происходит от английского “tunning” (настройка) и имеет значение «техническое усовершенствование автомобиля». Коммуникативная функция сленга в данном случае позволяет блогеру четко и ясно объяснить аудитории тематику видеоролика, избегая коммуникативных барьеров. Объединяющая функция способствует тому, что зритель начинает относить себя к определенной социальной группе, тем самым увеличивая аудиторию канала “AcademeG”. Контактостанавливающая функция позволяет Константину Заруцкому удерживать внимание зрителей и ненавязчиво принудить к дальнейшему просмотру своего видео. Функция социальной идентификации помогает зрителю утвердиться в том, что он принадлежит к группе автолюбителей, а значит, аудитория канала не будет уменьшаться. Функция глобализации коммуникативного пространства позволяет слову «тюнинг» переходить из одной среды в другую, тем самым распространяясь и увеличивая частоту употребления.

На 11-й минуте 30-й секунде эфира Константин Заруцкий употребляет слово «шаха»⁵. Это существительное является исключительно сленгом автолюбителей. «Шахой» называли и называют по сей день автомобиль ВАЗ-2106, в простонародье его еще называют «шестерка». Коммуникативная и объединяющая функции сленга в этом примере работают вместе и способствуют преодолению коммуникативного барьера между блогером и аудиторией, а также помогают зрителю отнести себя к определенной социальной группе. Манипулятивная функция позволяет Заруцкому привлечь внимание

⁴ Как Lada боролась за Европу: История создания обвеса Calota // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6vaDza2w6e4> (дата обращения 16.11.2021).

⁵ Там же.

своей аудитории, а также стороннего зрителя путем использования сленга. Стоит заметить, что при употреблении существительного «шаха» у зрителей старшего возраста может возникнуть ностальгия, и это помогает блогеру охватить как можно больше пользователей интернета и ненавязчиво заставить их подписаться на канал. Функция социальной идентификации позволяет зрителю снова убедиться в своей принадлежности к сообществу автолюбителей.

В юмористических видео молодежного сленга намного больше, чем профессионального.

Так, в видеоролике «Лучшая тачка на автомате за 256К рублей. Range Rover» от 23 августа 2021 г. Заруцкий на 6-й секунде эфира произносит слово «братан»⁶. Данное существительное образовано от однокоренного «брат» путем добавления суффикса «-ан» и в молодежном сленге обозначает того, с кем говорящего сближают общие интересы и условия жизни. Далее, на 30-й секунде видео, блогер употребляет слово «обалдеть» в значении «очень сильно удивиться». На 1-й минуте 10-й секунде употреблено слово «мафон». Данное существительное образовано от слова «магнитофон». «Мафон» является разговорным существительным. Данное слово укоренилось в речи автолюбителей, так как оно понятно людям, причастным к автомобильной тематике. На 2-й минуте 40-й секунде можно услышать словосочетание «башки нет». На профессиональном сленге автомобилистов существительное «башка» является синонимом к слову «цилиндр». Данное словосочетание расшифровывается как «не работает один цилиндр». В этих словах соединяются все описанные выше функции сленга.

Эти функции позволяют автору ролика общаться со своей аудиторией на одном языке, а зрителям – не только почувствовать себя членами команды блогера, но и осознать себя в качестве знатоков автомобилей, владеющих профессиональным сленгом, а значит, у них должно возникнуть желание продолжить смотреть видеоролик. Сленговые слова объединяют зрителей в одну группу автолюбителей, способны привлечь внимание новых посетителей YouTube-канала и заставить их подписаться на него.

Еще один важный пример использования сленга в юмористических роликах можно встретить уже в названии ролика «И снова ЭлектроВолга» от 4 января 2020 г.⁷ Выражение «ЭлектроВолга»

⁶ Лучшая тачка на автомате за 256К рублей. Range Rover // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nYcrtHkd4SY> (дата обращения 24.08.2021).

⁷ И снова ЭлектроВолга // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KHSIlePWZyw> (дата обращения 20.02.2021).

является, конечно, неологизмом. Но этот неологизм соотносится с популярным в молодежном сленге конца СССР словом «электровеник», обозначающим быстрого, решительного человека. И эта коннотация может привлечь к просмотру не только современную молодежь, но и тех, кто был молодым в 1980–1990-х гг. На 1-й минуте 22-й секунде Константин Заруцкий употребляет слово «малярка»⁸. Оно образовано от словосочетания «малярные работы». Изначально слово «малярка» употреблялось работниками автомастерских и являлось профессиональным сленгом, но со временем оно перешло в молодежный сленг. «Малярка» выполняет *коммуникативную функцию*. Она обуславливается тем, что аудитория, имеющая представление о проводимых с автомобилями работах, сразу понимает, что речь идет о завершающем этапе внешней отделки автомобиля. Коммуникативная функция прослеживается в том, что в группе, состоящей не только из профессионалов, но и из автолюбителей, происходит некое объединение сразу двух аудиторий.

Подводя итоги, можно отметить, что разделение сленга по группам роликов не является жестким, в серьезном контенте может употребляться молодежный сленг, а в юмористическом – профессиональный. Однако в целом в серьезных роликах явно превалирует профессиональный сленг, а в юмористических – молодежный. Выбор лексики зависит от того, для какой аудитории создается контент. Видеоролики с подробным обзором автомобилей нацелены на аудиторию, которая увлекается техникой, связанной с автомобилестроением, является приверженцем автомобилей и всего остального, что связано с ними – соответственно в них применяется прежде всего профессиональный сленг. В юмористических же видеороликах автор использует в первую очередь молодежный сленг или слова, рождающие ассоциации с теми, которые были молодежным сленгом ранее. Это делается для привлечения внимания новой молодой аудитории, а также для тех старых слушателей канала, которые могли устать от постоянного обсуждения технических характеристик транспорта и использования сложных профессиональных выражений.

Литература

Беглова 2006 – Беглова Е.И. Некодифицированная лексика в печатных СМИ 1990–2000-х годов. Уфа: Гилем, 2006. 271 с.

⁸ Там же.

- Лубицкая 2005 – *Лубицкая Е.В.* Сленг: региональные черты и процессы англизации: на материале речи молодежи г. Ставрополя и Красногвардейского района Ставропольского края: Автореф. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2005. 18 с.
- Судзиловский 1973 – *Судзиловский Г.А.* Сленг – что это такое? Английская просторечная военная лексика. М.: Воениздат, 1973. 73 с.

References

- Beglova, E.I. (2006), *Uncodified vocabulary in the print media of the 1990s – 2000s* [Nekodifitsirovannaya leksika v pechatnykh SMI 1900–2000-kh godov], Gilem Publishing House, Ufa, Russia.
- Lubitskaya, E.V. (2005), *Sleng: regional'nye cherty i protsessy anglizatsii: na materiale rechi molodezhi g. Stavropol'ya i Krasnogvardeiskogo raiona Stavropol'skogo kraya* [Slang. Regional features and processes of Anglicization. Based on the speech of youth of Stavropol and the Krasnogvardeisky district of the Stavropol territory], Abstract of Ph.D. dissertation (Philology), Stavropol, Russia.
- Sudzilovskii, G.A. (1973), *Sleng – what is it? English vernacular military vocabulary* [Sleng – что это такое? Angliiskaya prostorechnaya voennaya leksika], Military Publishing House, Moscow, USSR.

Информация об авторах

Данила С. Кузякин, студент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; kuzyakin.danila@yandex.ru

Information about the authors

Danila S. Kuzyakin, student, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125047; kuzyakin.danila@yandex.ru