

УДК 81'373.47

# СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЖАРГОНИЗМОВ АВТОМОБИЛЬНОЙ ТЕМАТИКИ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ДИСКУРСЕ

**МАКСИМОВ Илья Муратович,**  
соискатель кафедры русского языка,  
современной русской и зарубежной литературы,  
Воронежский государственный педагогический университет

**АННОТАЦИЯ.** Статья посвящена проблемам функционирования субстандартной лексики в современном русском языке. Предметом исследования являются жаргонизмы автомобильной тематики, которые впервые рассматриваются с точки зрения их социальных характеристик. Выявлены социальные группы носителей русского языка, использующих данные жаргонизмы. Доказано, что функционирование автомобильных жаргонизмов в современном русском дискурсе не ограничивается профессиональной сферой, что подтверждает активность процессов стилистического снижения современного русского дискурса.  
**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** специальная лексика, жаргонизм, профессиональный жаргонизм, социальная группа, дискурс, корпус текстов, стилистическая норма.

**MAKSIMOV I. M.,**  
Postgraduate Student of the Department of Russian Language, Modern Russian and Foreign Literature,  
Voronezh State Pedagogical University

## SOCIAL ASPECT OF JARGONISMS USAGE OF THE AUTOMOTIVE GLOSSARY IN MODERN RUSSIAN DISCOURSE

**ABSTRACT.** The article is devoted to problems of substandard vocabulary functioning in the modern Russian language. The subject of the study is jargon words of automotive glossary, which are first considered in terms of their social characteristics. Social groups of native Russian speakers that use these jargon words are identified. It is proved that automobile jargon circulation in modern Russian discourse is not confined to the professional sphere, which confirms the activity of the processes of stylistic decline in modern Russian discourse.  
**KEY WORDS:** special vocabulary, jargon word, professional slang word, social group, discourse, corpus, stylistic norm.

В современных условиях бурного развития науки и техники в лингвистике значительно возрастает интерес к изучению специальной лексики. Сказанное касается как теоретических вопросов организации соответствующих лексических подсистем и типологии составляющих их единиц, так и вопросов, связанных с выявлением, описанием и систематизацией словесных знаков той или иной научно-технической отрасли. В число специальных лексических подсистем современного русского языка, которые привлекают внимание исследователей, в последнее время входит и лексико-семантическое поле «Автомобильный транспорт», в составе которого (как и в составе любого лексико-семантического объединения специальных словесных знаков) может быть разграничена стандартная (термины и номены) и субстандартная (профессионализмы и профессиональные жаргонизмы) лексика [1, с. 36–53].

Как показывает анализ, в современной научной литературе имеются отдельные работы, посвященные русской субстандартной лексике автолюбителей [2; 3; 4]. Однако подобные научные труды ориентированы в основном на анализ структурно-семантических особенностей жаргонных номинаций, способов их образования, этимологии, а также на выявление их национально-культурных особенностей.

Вопросы же функционирования названной лексики в речи современных носителей русского языка остаются вне поля зрения исследователей.

Предметом настоящей статьи являются жаргонизмы автомобильной тематики как единицы современного русского дискурса. Цель исследования, результаты которого представлены в настоящей работе, состояла в определении социальных характеристик использования названных субстандартных единиц в современном русском дискурсе.

Методологическую базу проведенного исследования составили научные труды по общей и русской лексикологии, терминологии и социолингвистике А.В. Суперанской, С.Д. Шелова, С.В. Гринева-Гриневица, В.Н. Прохоровой, Л.П. Крысина, О.В. Загоровской, Т.Н. Даньковой. Жаргон автомобильной тематики мы рассматриваем как одну из типологических разновидностей нелитературной формы существования национального русского языка, выделяемой наряду с просторечием и народными говорами (о типологических разновидностях современного национального русского языка см.: [5]), как один из видов корпоративного жаргона, используемого в общении лиц, объединенных профессионально-производственным (служебным) или профессионально-любительским (частным) интересом к автомобильному транспорту. Мы также счи-

таем возможным рассматривать автомобильный жаргон как одну из составляющих социолекта водителей автотранспортных средств (о понятии «социолект» см.: [6]).

Жаргонизмы анализируемой тематики понимаются в настоящем исследовании как часть субстандартной лексики социолекта автомобилистов (профессионалов и любителей), которая противостоит терминологической и номенклатурной лексике и включает в себя профессионализмы и профессиональные жаргонизмы. Профессиональные жаргонизмы, которые в научной лингвистической литературе выделяются далеко не всеми исследователями как особое лингвистическое явление, отличное от профессионализмов [7; 8, с. 522] и понимаются весьма неоднозначно (см. об этом: [1, с. 52; 9, с. 146]), мы трактуем как неофициальные сниженные и экспрессивные обозначения понятий, предметов специального характера, бытующие в разговорной речи людей, объединенных по профессиональному признаку. Такого рода жаргонизмы могут частично дублировать терминологию профессиональной сферы и быть синонимичными ей, но «они не выражают научных понятий и не образуют системы понятий» [10, с. 365]. К типологическим характеристикам профессиональных жаргонизмов, по нашему мнению, относятся их отчетливая стилистическая сниженность и наличие в семантике эмоционально-оценочных составляющих, которые определяют их особую экспрессивность. Ср.: «Думается, что именно экспрессивность, трактуемая как собственно языковое явление, базирующаяся на оценочности и образности <...>, может рассматриваться как основной отличительный признак профессиональных жаргонизмов, который отграничивает их от собственно профессионализмов...» [9, с. 146].

Наблюдения за живой речью современных носителей русского языка, представленной в разных сферах и ситуациях общения, в том числе наблюдения за так называемой «естественной письменной речью», функционирующей в сфере интернет-коммуникации, показали, что жаргонизмы автомобильной тематики широко используются в современном русском дискурсе не только профессионалами, специалистами в сфере производства автомобильного транспорта, его эксплуатации и обслуживания, ремонта и торговли, но также достаточно широко кругом других лиц, относящихся к самым разным категориям и социальным группам: автомобилисты-любители; люди, имеющие родственные или дружеские отношения с автомобилистами-профессионалами или автомобилистами-любителями или просто интересующимся автомобильным транспортом. При этом было обнаружено, что анализируемые жаргонизмы достаточно широко употребляются носителями русского языка не только в условиях профессионального общения (например, в условиях производства или ремонта автомобильного транспорта), но и в иных сферах.

Для выяснения особенностей использования автомобильных жаргонизмов в речи представителей разных социальных групп был проведен анализ языкового материала, собранного с помощью полевого метода и психолингвистических методов целенаправленного интервьюирования и анкетирования респондентов. Фактическая база исследования включала в себя следующие языковые данные: 1) полевые записи живой разговорной речи автомобилистов-профессионалов и автомобилистов-люби-

телей (сбор полевого материала проводился в 2015–2016 гг.); 2) записи «естественной письменной речи» автомобилистов, представленные в социальных сетях на специальных форумах, и записи «спровоцированных» автором данного исследования текстов в интернет-общении; 3) материалы целенаправленного интервьюирования респондентов в процессе живого общения и интернет-общения; 4) материалы анкетирования респондентов по специальному вопросу.

Исследование проводилось в два этапа. На первом этапе по результатам анализа полевого материала и записей «естественной письменной речи» автомобилистов был сформирован рабочий корпус текстов (текстовая база), из которого в дальнейшем было отобрано 100 лексических единиц, относящихся к разряду жаргонизмов автомобильной сферы, характеризующихся высокой частотностью употребления и представляющих различные тематические группы исследуемых номинаций. На втором этапе проводилось целенаправленное интервьюирование и анкетирование респондентов с целью определения знания ими значений выделенных жаргонизмов, а также характера и сфер использования данных языковых единиц в современном русском дискурсе.

Подготовленный корпус текстов включал в себя фрагменты живой разговорной или «естественной письменной речи» автомобилистов с информацией справочного характера о социальных характеристиках респондентов текстов: их гендерной принадлежности, возрасте, образовании и его профиле, месте работы или учебы (должности или специальности), водительском стаже. Безусловно, полным набором названных характеристик сопровождалась лишь тексты, представляющие живую устную речь респондентов и полученные методом полевого сбора материала. В текстах из интернет-коммуникации социальные характеристики респондентов, как правило, были представлены фрагментарно. Ср., некоторые материалы, включенные в названный корпус текстов: «Если уж совсем *сел на пузо* и никого вокруг, чтоб вытолкнуть, построй тресом колесо обвязать, если диски – *литъё*, то его и вязать удобно будет» (мужчина, 46 лет; образование среднее техническое; автомастерская; водительский стаж – 26 лет); «Зря ты свечи прокалить хотел... Они же испортятся: язычок прогорит, а штوك из *керамической головы* вылезет, и всё – выкидывать только...» (мужчина, 36 лет; образование высшее техническое; автосервис; водительский стаж – 14 лет); «Я, наверное, когда выбиралась из своей *авоськи*, ногой *шайбу* включения света задела. Хорошо, что вернуться успела, пока аккумулятор не *сел*» (женщина, 24 года; образование высшее экономическое; бухгалтер; водительский стаж – 3 года); «Мы на завороте *притерлись*, теперь красить надо, а еще, может, *гитару* посмотрите: что-то в ней ... я не понимаю»; «Там всякие были: *джипари*, *лѣхи*, *авоськи*...» (женщина, 22 года; образование высшее гуманитарное; дизайнер; водительский стаж – 1 год).

В состав отобранных для психолингвистического эксперимента жаргонизмов (выявленных по результатам анализа текстового корпуса) были включены языковые знаки, обозначающие: а) марки автомобилей (*авоська* – автомобиль марки Audi, серии Audi A8; *яйцо* – автомобиль марки Toyota; *джипарь* – автомобиль марки Jeep; *лѣха* – автомобиль марки Lexus и др.); б) детали, технические узлы автомобильных транспортных средств и их комплектую-

щие (*ёжик* – внутренняя часть впускного коллектора на двигателях автомобилей марки Volkswagen производства 80–90-х годов XX в.; *лопухи* – низкопрофильные покрышки; *яйца* – рычаги задней подвески на автомобилях Ford Focus 1-го поколения; *кенгурятник* – металлическая жесткая дуга, укрепленная перед бампером; *лыжи* – продольные лаги на крыше автомобиля, служащие для крепления багажника; *клов* – решетка радиатора; *литё* – легкосплавные литые диски; *гитара* – рычаг передней подвески и т.п.); в) ситуации на дорогах (*притереться* – допустить столкновение автомобилей боковыми частями кузова; *тошнить* – медленно двигаться в пробке) и др. В материалы для анкетирования были включены также номинации: *аквариум, барбаны, бублик, бункер, вёсла, гвозди, жабры, каблук, калитка, китовый ус, клюшка, колокол, костыль, кочерга, листва, лентяйчик, луковица, мозги, наркоманка, НЛО, ресницы, рогатка, теленузик, утиный хвост, хлопунка, шуба*, др.

В психолингвистическом эксперименте (интервьюировании и анкетировании) приняли участие 328 человек, в том числе 50% мужчин и 50% женщин. В анкетах фиксировались те же социальные данные респондентов, которые включались в текстовый корпус: пол, возраст, образование, место работы или учебы, водительский стаж. Респондентам предлагалось определить значения предложенных жаргонизмов, а также указать, часто ли они используют данные лексемы в своей речи и в каких ситуациях. Эталонные значения жаргонизмов определялись на основе данных общих словарей русского жаргона и представленных в Интернете словариков и справочников профессиональной и жаргонной лексики автомобильной сферы.

Анализ полученных материалов интервьюирования и анкетирования респондентов с учетом двух критериев: а) характера использования ими автомобильных жаргонизмов (высокая, средняя или низкая частотность употребления данных языковых знаков; множественность или единичность ситуаций общения, в которых используются указанные жаргонизмы) и б) уровня знания респондентами значений автомобильных жаргонизмов – позволил выделить пять групп носителей русского языка, употребляющих автомобильные жаргонизмы в речи:

1) лица, активно владеющие исследуемой субстандартной лексикой, знающие ее семантику и использующие автомобильные жаргонизмы в разных ситуациях общения: как профессиональных, так и непрофессиональных;

2) лица, стремящиеся к активному владению исследуемой субстандартной лексикой, использующие ее в разных сферах общения и достаточно хорошо, хотя и не в полной мере, знающие ее семантику;

3) лица, характеризующиеся невысоким уровнем владения анализируемыми жаргонизмами, но стремящиеся к получению информации об их семантике и к их активному использованию в разных сферах общения;

4) лица, характеризующиеся невысоким уровнем владения анализируемыми жаргонизмами, использующие их по необходимости лишь в некоторых коммуникативных ситуациях и не стремящиеся к расширению своей компетентности в данной сфере;

5) лица с минимальным уровнем владения автомобильными жаргонизмами, имеющие небольшой объем информации об их значениях и практически не использующие их в собственной речи.

К первой группе относятся, как правило, мужчины разного возраста, имеющие высшее или среднее техническое образование и связанные с автомобильным транспортом по роду своей профессиональной деятельности (работающие на станциях технического обслуживания автомобилей, в системе автосервиса и т.п.). Жаргонизмы автомобильной тематики для названных лиц выступают в функции профессиональных языковых знаков.

Вторую группу также составляют мужчины разных возрастов, но, как правило, не имеющие специального технического образования и по роду своей деятельности не связанные с автомобильной сферой: студенты вузов и училищ, менеджеры, юристы, экономисты, дизайнеры и т.п. Представители данной группы искренне интересуются автомобилями, хотят быть более компетентными в данной области и именно поэтому широко используют автомобильные жаргонизмы в различных коммуникативных ситуациях.

В третью группу входят в основном женщины молодого возраста (до 30 лет) с разным уровнем и профилем образования, по роду своей деятельности также не связанные с автомобильной сферой и имеющие небольшой водительский стаж. Представители данной группы проявляют интерес к автомобильным жаргонизмам и стремятся к более активному их использованию в различных коммуникативных ситуациях, прежде всего с целью установления контактов с другими автомобилистами, преимущественно мужчинами.

К четвертой группе относятся женщины более старшего возраста (от 30-ти лет) разного уровня и профиля образования, по роду своей деятельности также не связанные с автомобильной сферой, имеющие при этом достаточный водительский стаж, но не проявляющие активного интереса к автомобильной тематике и использующие исследуемую лексику в силу необходимости эксплуатации личного автотранспорта.

В пятую группу респондентов входят как мужчины, так и женщины разных возрастов, имеющие, как правило, высшее образование, но абсолютно не интересующиеся лексикой автомобильной тематики, в том числе жаргонной, не стремящиеся к расширению своей компетентности в данной области и практически не употребляющие автомобильные жаргонизмы. Их знания в области названной лексики минимальны.

Выделенные в процессе исследования группы респондентов оказались весьма неравнозначными в количественном отношении: представители первой группы составили 15% от всего числа опрошенных; представители второй группы – 42%; представители третьей группы – 17%; представители четвертой группы – 19%; пятой группы – 7% от всего количества опрошенных. Наиболее крупными, таким образом, оказались вторая и четвертая группы респондентов, включающие лиц, стремящихся к активному использованию автомобильных жаргонизмов в различных видах дискурса.

Проведенное исследование позволяет сделать два основных вывода. Во-первых, социальные характеристики современных носителей русского языка (гендер, возраст, характер образования, сфера профессиональной деятельности и личные интересы) в значительной мере влияют на характер и частотность использования жаргонизмов автомобильной тематики в разных видах дискурса, при этом особенно значимой оказывается личная заинтересован-

ность носителей языка в овладении названными языковыми знаками и их использовании.

Во-вторых, применительно к современной языковой ситуации представляется возможным говорить о повышении активности употребления автомобильных жаргонизмов представителями различных социальных групп носителей русского языка, в том числе не связанных профессионально с автомобильной сферой. Данный вывод подтверждает мнение современных лингвистов об усиливающейся жаргонизации русского языка, которую следует рассматривать в одном ряду с такими тревожными тенденциями его развития на рубеже XX–XXI веков, как общее стилистическое снижение русской речи, разрушение традиционной для русского языкового сознания семантической двуплановости слов духовно-нравственного содержания [11], вестернизация русского языка, проявляющаяся не только в массовости новых иноязычных заимствований из «западных» языков (прежде всего американского варианта английского языка), но и в актуализации многих «старых» иноязычных заимствований (см. об этом применительно к лексике политической сферы [12]), общее снижение речевой культуры современных носителей русского языка и массовые нарушения норм русского литературного словоупотребления, которые представляют собой совокупности «наиболее пригодных и предпочтительных» для тех или иных сфер и ситуаций общения

языковых средств, воспринимаемых носителями языка в качестве «образцовых» [13, с. 164].

Вместе с тем несомненно, что повышение частотности использования жаргонной лексики разными социальными группами населения России представляет собой объективную данность современного языкового развития (см. работы Е.А. Земской, Л.П. Крысина, В.Г. Костомарова, Н.С. Валгиной, О.В. Загоровской, И.А. Стернина и др.) и современной лингвокультурной ситуации, для которой характерны «массовый приток в литературный язык просторечий и жаргонизмов» и «повышение функциональной значимости» названных единиц в различных сферах и ситуациях общения [14, с. 14]. Отмеченное обстоятельство обуславливает необходимость проведения целенаправленной работы по повышению культуры русской речи современных носителей русского языка и формированию у них правильных представлений и о нормах русского литературного языка в целом, и о стилистических нормах русского литературного словоупотребления, которые регулируют уместность или неуместность использования тех или иных языковых знаков в разных видах дискурса в соответствии со стилистическими характеристиками данных словесных единиц и содержанием их стилистических сем, в том числе нормативно-стилистических и дискурсивно-стилистических (о названных понятиях см.: [15; 16, с. 153–155]).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Загоровская, О.В. Термин и терминология [Текст] / О.В. Загоровская, Т.Н. Данькова. – Воронеж : Научная книга, 2011. – 383 с.
2. Шакирова, З.И. Состав и структура профессионального некодифицированного подязыка водителей автотранспорта [Текст] / З.И. Шакирова // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2012. – Вып. 1. – С. 26–29.
3. Максимов, И.М. Профессиональная лексика сферы автомобильного транспорта в современном русском языке как объект лексикографии [Текст] / И.М. Максимов // Современная языковая ситуация и совершенствование подготовки учителей-словесников : материалы X Международной научно-методической конференции / под ред. О.В. Загоровской. – Воронеж : Научная книга, 2014. – Ч. I. – С. 73–77.
4. Шакирова, З.И. Лингвокультурный потенциал моделируемости единиц социолекта (на материале русского и английского социолектов водителей автотранспорта : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 [Текст] / З.И. Шакирова. – Казань, 2016. – 24 с.
5. Загоровская, О.В. Типологические разновидности национального русского языка и формы его существования в начале XXI века [Текст] / О.В. Загоровская // Известия ВГПУ. – 2015. – №3(268). – С. 96–101.
6. Беликов, В.И. Социолингвистика : учебник для вузов [Текст] / В.И. Беликов, Л.П. Крысин. – М. : Рос. гос. гуманит. ун-т, 2001. – 439 с.
7. Шелов, С.Д. Термин. Терминологичность. Терминологические определения [Текст] / С.Д. Шелов. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 280 с.
8. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник [Текст] / под ред. Л.Ю. Иванова [и др.]. – М. : Флинта; Наука, 2003. – 840 с.
9. Ревякина, Т.Л. Термины, профессионализмы и профессиональные жаргонизмы в ряду специальных номинаций [Текст] / Т.Л. Ревякина // Известия ВГПУ. – 2017. – №1(274). – С. 143–146.
10. Жеребило, Т.В. Словарь лингвистических терминов [Текст] / Т.В. Жеребило. – Назрань : Пилигрим, 2010. – 486 с.
11. Загоровская, О.В. Семантическая многоплановость слова «совесть» в русском языке и русской духовной культуре (по данным лингвистических и энциклопедических словарей и справочников) [Текст] / О.В. Загоровская, И.С. Шевченко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2014. – №10(40). – Ч. II. – С. 54–58.
12. Загоровская, О.В. Об иноязычных заимствованиях в политической лексике русского языка [Текст] / О.В. Загоровская, С.А. Есмаеел // Вестник ВГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж, 2008. – Вып. 3. – С. 74–82.
13. Загоровская, О.В. Языковая норма и норма литературного языка как лингвистические понятия [Текст] / О.В. Загоровская // Известия ВГПУ. – 2016. – №2(271). – С. 161–165.
14. Загоровская, О.В. Русский язык на рубеже XX–XXI веков: исследования по социолингвистике и лингвокультурологии : монография [Текст] / О.В. Загоровская. – Воронеж : Научная книга, 2013. – 232 с.
15. Загоровская, О.В. Нормы русского литературного языка: Типология и основания для классификации [Текст] / О.В. Загоровская // Известия ВГПУ. – 2016. – №3(272). – С. 121–126.
16. Бирюкова, Е.Д. Стилистический компонент значения русского слова и его составляющие [Текст] / Е.Д. Бирюкова // Известия ВГПУ. – 2017. – №1(274). – С. 151–156.