

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка, речевой коммуникации  
и русского как иностранного

**Жаргонизмы в социальных сетях современных СМИ**

АВТОРЕФЕРАТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

Студентки 4 курса 431 группы  
направления 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики

Селиверстовой Татьяны Игоревны

Научный руководитель

к.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_

Г. С. Куликова

подпись, дата

Зав. кафедрой д.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_

А. Н. Байкулова

подпись, дата

Саратов 2026

**Введение.** В современных условиях цифровизации средства массовой информации активно осваивают возможности сети Интернет, в частности социальные сети. Жаргон как феномен языка и культуры приобретает все большее влияние: жаргонизмы не только прочно входят в разговорный язык, но и активно проникают в медиатексты. Если раньше они употреблялись преимущественно в непринужденном общении, то теперь их можно увидеть в публикациях крупных изданий. Жаргон становится одним из важных средств лексического пополнения современной русской речи, а в язык СМИ, освободившийся от жестких стилистических ограничений, пришла стилистическая полифония.

**Актуальность** исследования заключается в том, что обращение к проблеме жаргонизмов в текстах СМИ представляется весьма актуальным в связи с процессами, которые активно идут в языке. Во-первых, это активизация разговорной речи и расширение сфер ее функционирования. Во-вторых, жаргонная лексика широко употребляется в СМИ как средство достижения экспрессии и влияния на мировоззрение читателей. Материалы СМИ, в свою очередь, пополняют лексикон и оказывают существенное влияние на развитие русского литературного языка.

**Объектом** исследования является жаргон как явление в русском языке. **Предметом** исследования выступают жаргонизмы в медийных текстах (на материале социальных сетей современных СМИ).

**Целью** исследования является выяснение того, используется ли жаргон в социальных сетях современных СМИ, по каким причинам и с какой целью, а также как его использование влияет на русский литературный язык.

Достижение поставленной цели предполагало решение следующих **задач**:

1. Определить понятие жаргона, его виды и классификацию;
2. Выяснить причины образования жаргонизмов, их назначение в русском языке;
3. Рассмотреть способы словообразования жаргонизмов;

4. Выяснить, с какими целями жаргон может применяться в СМИ, причину его использования;

5. Рассмотреть функции, которые исполняет жаргон в публикациях издания «Аргументы и факты» в социальной сети «ВКонтакте»;

6. Выявить особо частотные случаи использования жаргонизмов, рассмотреть и проанализировать определения в словарях жаргона, и проследить трансформацию значений жаргонизмов в публикациях СМИ.

**Теоретической базой** исследования стали труды лингвистов, занимавшихся проблемами жаргона и социолингвистики: О.Б. Сиротинина, Л.П. Крысин, В.С. Елистратов, Л.А. Вербицкая, И.Б. Голуб, В.Г. Костомаров.

**Материалом** исследования послужили публикации российского издания «Аргументы и факты» в официальном сообществе социальной сети «ВКонтакте» за 2024–2025 гг.

**Методы исследования:** для достижения цели и решения поставленных задач применялись описательный метод, метод контекстуального анализа, сравнительный метод и функционально-стилистический анализ.

**Структура** данной работы: введение, две главы, заключение и список использованных источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**В Главе 1** данной работы был проведен анализ научной литературы, посвящённой природе жаргонной лексики, её классификации, словообразовательным моделям и функционированию в медиатексте.

В работе жаргон определяется как лексический пласт, свойственный определённым группам людей, объединённым профессиональной, возрастной, социальной или иной принадлежностью. Жаргонная лексика не подчиняется строгим грамматическим или фонетическим нормам литературного языка и характеризуется повышенной экспрессивностью и оценочностью.

Была рассмотрена классификация жаргона: выделены общий жаргон (сленг), понятный широкой аудитории вне зависимости от социальной принадлежности, арго (закрытая лексика обособленных или криминальных групп), а также профессиональные, возрастные и иные разновидности жаргонной речи.

Установлено, что появление жаргонизмов обусловлено стремлением говорящих к более яркому и эмоционально окрашенному выражению отношения к действительности, а также к приданию нейтральным словам дополнительной оценочной коннотации. Основные способы словообразования включают суффиксацию, усечение основы, аббревиацию, универбацию и заимствования; нередко в одной лексеме комбинируются несколько моделей (на примере слова *шизик*, образованного усечением основы *шизофреник* и суффиксацией).

Согласно анализу трудов исследователей языка, суффиксация является ведущим способом: наиболее частотны суффиксы -ак-, -ач-, -ник-, -ух- (*левак, общага, нюхач*), нулевой суффикс (*наезд, прикид*). Экспрессивное словообразование проявляется в усечении (*скинхед — скин, шизофрения — шиза*) и усечении с суффиксацией (*Тишинский рынок → тишок*). Значительную роль играют иноязычные заимствования, особенно англицизмы, которые осваиваются через кальки (*баг*), полукальки (*аппликуха*) и сокращения (*комп, винт*).

Отдельное внимание уделено проникновению жаргона в СМИ, которое активизировалось в 1990-е годы и обусловлено как историко-социальными факторами (снятие цензурных ограничений), так и лингвистическими причинами (особая экспрессивность жаргона, рост роли спонтанного публичного общения).

В.Г. Костомаров связывает этот процесс с «языковым вкусом эпохи», ищущим свободы и оригинальности, что ведёт к нарочитому огрублению языка. О.Б. Сиротина отмечает формирование литературно-жаргонизирующего типа речевой культуры как реакции на советскую

официозность; при этом эталоном ошибочно становится сниженная речь, что искажает представление о норме. Л.П. Крысин подчёркивает, что многие жаргонизмы уже не выделяются кавычками и осознаются носителями литературного языка как допустимые выразительные средства.

В журналистском тексте жаргонизмы выполняют ряд функций: создание колорита эпохи или социальной среды, речевая характеристика героя, придание тексту яркости и особой интонации, выражение авторской оценки, а также прагматическое воздействие на аудиторию (в частности, привлечение внимания через заголовки).

И.Б. Голуб уточняет, что введение жаргонизмов в литературный язык допустимо в исключительных случаях (например, при описании жизни в колониях) и должно сопровождаться кавычками, однако на практике это правило часто игнорируется.

**Во главе 2** данной работы было проведено исследование публикаций российского еженедельника «Аргументы и факты» в официальном сообществе социальной сети «ВКонтакте» за 2024–2025 гг.

Анализ показал, что жаргонизмы в социальных сетях современных СМИ используются с различными целями и применяются:

1. для создания интересного завлекающего заголовка (рекламная функция);
2. для выражения авторской негативной или позитивной оценки и формирования у читателя представления о говорящем через эту оценку (оценочная функция);
3. для преодоления дистанции между автором и читателем (функция установления и поддержания контакта);
4. для стилизации текста под разговорный стиль социальных сетей или речь определенных социальных групп, а также для создания колорита времени (стилистическая функция);
5. для характеристики героя публикации при использовании жаргонизмов в составе цитат из его речи (функция характеристики);

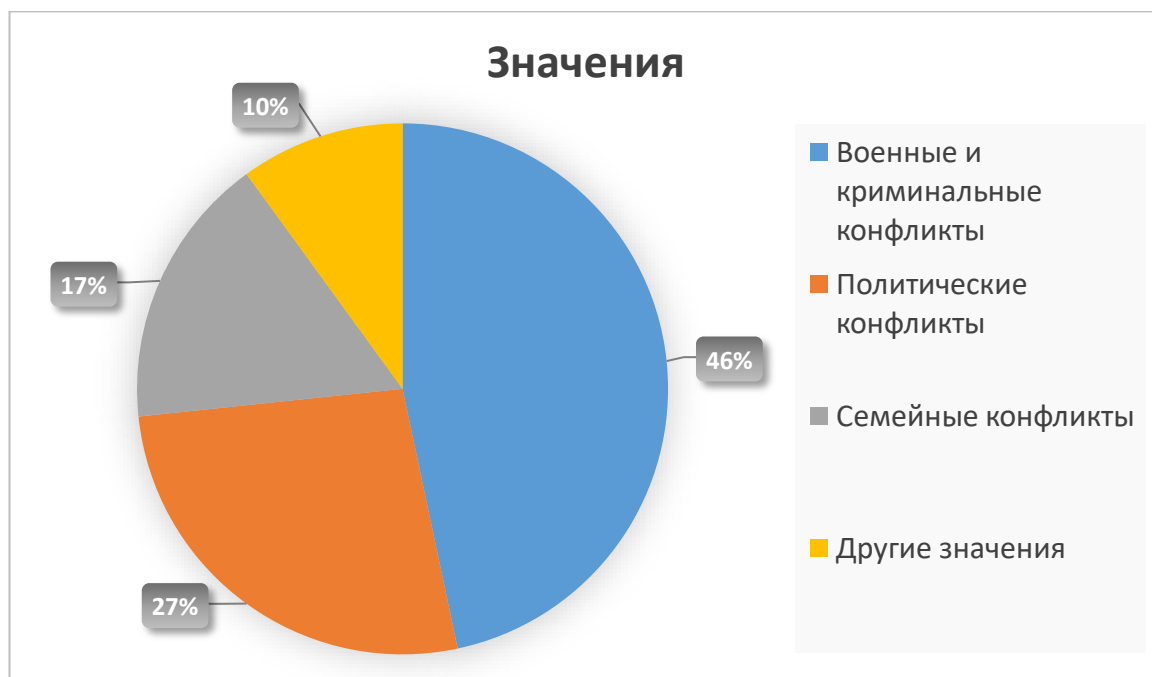
6. для повышения экспрессивности журналистского текста (экспрессивно-стилистическая функция);

7. для создания контраста при использовании сниженной жаргонной лексики в сочетании с книжной (функция стилистического контраста);

8. для достижения иронического или комического эффекта (функция пародирования).

Установлено, что функции жаргонизмов в публикациях проявляются комплексно. Каждый отдельный жаргонизм выполняет одновременно несколько задач. К примеру, одно слово может являться и средством речевой характеристики героя публикации, и средством выражения оценки, и экспрессивно-выразительным средством, и средством, сокращающим дистанцию и создающим большее доверие между автором и читателем.

Особый интерес представляет анализ семантической трансформации жаргонизма «разборка», продемонстрировавшего аномально высокую частотность употребления в исследуемом корпусе. Сравнение с данными лексикографических источников выявило следующие направления расширения значения:



Изначальное словарное значение слова *разборки* как криминального или вооружённого конфликта с применением насилия сохраняется в 46%

примеров, где жаргонизм используется для прямой номинации кровавых стычек, драк и противостояний бандформирований, выполняя тем самым информационную и оценочную функцию: грубость слова подчёркивает негативность описываемых явлений.

Однако в 27% случаев жаргонизм расширяет свою семантику, переходя в политический дискурс, где начинает обозначать крупные политические противостояния, конфликты между странами, партиями и элитами, фактически становясь экспрессивным синонимом нейтрального слова *конфликт*.

Ещё одна группа примеров демонстрирует употребление *разборки* применительно к бытовым семейным ссорам и скандалам, что свидетельствует о снижении масштаба конфликта — от ядерных держав до внутрисемейных выяснений отношений. В единичных случаях жаргонизм используется для создания комического эффекта, как собирательное название любого конфликта или как средство контраста в юридическом контексте («судебные разборки»).

Ещё одна группа примеров демонстрирует употребление *разборки* применительно к бытовым семейным ссорам и скандалам, что свидетельствует о снижении масштаба конфликта — от ядерных держав до внутрисемейных выяснений отношений. В единичных случаях жаргонизм используется для создания комического эффекта, как собирательное название любого конфликта или как средство контраста в юридическом контексте («судебные разборки»).

Функции и семантические сдвиги жаргонизма *разборка* в публикациях проявляются комплексно. К примеру, одно и то же слово может одновременно выполнять информационную функцию (обозначая конфликт), экспрессивно-стилистическую (привлекая внимание аудитории своей грубой окраской), оценочную (маркируя негативность события) и функцию универсализации, позволяя одним лексическим средством охватить конфликтные ситуации любого масштаба — от семейной ссоры до противостояния сверхдержав. На

этом примере можно проследить феномен утраты жаргонизмом изначального маргинального значения путем использования в социальных сетях СМИ.