**Сленг как коммуникативный инструмент языковой дифференциации
молодёжи**

Научный руководитель – Максимов Арсений Андреевич

Тартижина Ксения Витальевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: kseniya.hah@gmail.com

Проблематика сленга как коммуникативного инструмента языковой дифференциации молодежи носит междисциплинарный характер. В частности, она представляет интерес для лингвистики, коммуникативистики, психологии и социологии. Кроме свойственного для молодежи стремления к оригинальности речи, стремления выделиться, сленг может выступать в качестве знака протеста на общественные противоречия и жизненные невзгоды и даже знака потенциальной агрессивности, готовности к открытому столкновению. Соперничество между представителям разных социальных групп сопровождается конкуренцией языковых форм и стилей общения. Поэтому групповое и межгрупповое общение представителей разных социальных групп является средой, в которой рождается новый стиль жизни и новый язык.

Мы рассмотрели языковую дифференциацию молодежи через призму теории социального пространства Пьера Бурдьё.

Пьер Бурдьё определяет социальное пространство как «социальный мир в форме многомерного пространства, построенного по принципам дифференциации и распределения, сформированным совокупностью действующих свойств в рассматриваемом социальном универсуме, т. е. свойств, способных придавать его владельцу силу и власть в этом универсуме» [1]. Каждое социальное пространство состоит из социальных полей, которые французский социолог описывает как «такое многомерное пространство позиций, в котором любая существующая позиция может быть определена, исходя из многомерной системы координат, значения которых коррелируют с соответствующими различными переменными» [1]. Важно отметить, что социальное пространство не является физическим миром. Это некоторая концептуальная модель, благодаря которой мы можем увидеть социальное неравенство и отношения между различными группами людей. В свою очередь социальное поле – это сфера деятельности людей, в которой есть свои правила, ценности, логика и тд. Стоит также обратить внимание на то, что позиция каждого агента в социальном пространстве определяется по объёму и структуре капитала, которым он располагает.

Бурдьё выделял 4 вида капитала, по которым можно определить уровень власти:

- 1) экономический (материальные блага, такие как недвижимость или доход отдельного человека)
- 2) культурный (знания, навыки, образование, культуру, стиль общения и даже манеру поведения)
- 3) социальный (сеть связей, отношений и социальных контактов, которые дают доступ к ресурсам или помогают продвигаться в обществе)
- 4) символический (признание и приобретённая репутация).

Все индивиды, находясь в обществе, взаимодействуют и общаются друг с другом. Под влиянием социального окружения, положения в социальном пространстве, которое занимает

тот или иной человек, а также благодаря опыту, полученному в каком-либо социальном поле, формируется габитус, то есть система диспозиций (привычки, склонности, предрасположенности), которая в основном реализуется неосознанно и воспринимается через подражание. Габитус – это порождающее и унифицирующее начало, которое сводит собственные внутренние и реляционные характеристики какой-либо позиции в единый стиль жизни, т. е. в единый ансамбль выбора людей, благ и практик [2].

Таким образом, габитус определяет восприятие индивидом социального пространства и ориентацию в социальных полях в соответствии с установленными там правилами. Габитус имеет тенденцию к постоянству и защищён от изменений благодаря отбору новой информации и отрицанием информации, которая способна поставить под сомнение уже накопленную информацию. Когда мы оцениваем габитус, то есть способ восприятия реальности, то в значительной мере делаем это бессознательно. Кроме этого, есть ещё и «стратегические намерения», например, изоляция от «дурной компании» или «неподходящих книг». Такие стратегические намерения исходят от взрослых и сформированы в определённых условиях.

Формирование габитуса в социальных отношениях происходит в несколько этапов:

- первичный габитус, как правило складывающийся в семье, является основой восприятия и усвоения школьного образования;
- вторичный (школьный) габитус выступает условием и предпосылкой восприятия и оценивания сообщений СМИ и т.п.

В контексте языковой дифференциации молодёжи выделили следующие поля:

- 1) Поле геймеров
- 2) Поле онлайн-коммуникации
- 3) Профессиональное поле.

Человек может состоять сразу в нескольких полях. Например, какой-то индивид работает в офисе и в разговоре с коллегами говорит одни выражения, заходя в соцсети, он будет использовать уже другие сленговые слова, так как иначе его просто не поймут в интернете.

На основе вышеизложенного выявили следующие характеристики языковой дифференциации молодёжи:

- имманентная интегрированность сленга в языковое пространство социума;
- постоянная трансформация сленга;
- смещение смысловых акцентов сленговых выражений в зависимости от культурно-исторического контекста;
- зависимость сленга от динамики развития языкового поля;
- отсутствие жестких границ на использование сленговых выражений различными социально-демографическими группами;
- проникновение сленговых выражений в иные поля языкового пространства общества;
- актуализация личности (молодежи) через сленг;
- реализация концепции признания в молодёжном языковом пространстве.

Источники и литература

- 1) Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с франц. ; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М. : Институт экспериментальной социологии ; СПб. : Алетейя, 2007. — С 15
- 2) Бурдьё П. Структуры, habitus, практики // Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. Новосибирск : Изд-во Новосиб. унта., 2015. 120 с. (с. 16–17)
- 3) Антонова К.А. Теории Социального поля и «габитуса» Пьера Бурдьё // Всероссийская конференция молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2020» — 2020. — С. 10-12