

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ О.В. Магировская
« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В
ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ
АНГЛИЙСКИХ И НЕМЕЦКИХ ВИДЕОБЛОГОВ)**

Выпускник

С.Э. Цулая

Научный руководитель

канд. филол. наук, доц. Л.М. Штейнгарт

Нормоконтролер

И.Г. Пузикова

Красноярск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИЗУЧЕНИЯ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ	7
1.1. Понятие дискурса в отечественной и зарубежной лингвистике	7
1.2. Интернет-дискурс как один из видов виртуального дискурса	11
1.3. Видео-блог как жанр Интернет-дискурса	16
1.4. Понятие сленга и его взаимосвязь с жаргоном и аргом	21
1.5. Молодежный сленг как слой молодежного языка	27
1.6. Функции молодежного сленга	29
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	34
ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ВИДЕО-БЛОГАХ	36
2.1. Функционирование молодежного сленга в англоязычных видео-блогах	36
2.2. Функционирование молодежного сленга в немецкоязычных видео-блогах	43
2.3. Сравнительный анализ реализации функций молодежного сленга в англоязычных и немецкоязычных видео-блогах	49
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	62

ВВЕДЕНИЕ

В любом языке существует слой лексики, отличающийся разговорной, даже грубой окраской. Несмотря на это, она является неотъемлемой частью языка, которая несет в себе особенности культуры данного языка, а также особенности социума. Такую лексику принято называть сленгом. Несмотря на то, что сленг – это явление, которое хорошо всем знакомо и давно изучается лингвистами, исследователи не могут дать ему однозначное определение.

Каждый исследователь предлагает свой подход к определению сленга, что послужило причиной споров вокруг этого явления. В современном толковании исследователи сходятся во мнении о том, что к «сленгу» принадлежат экспрессивные слова, которые в большинстве своем используются с иронией, однако, многие из них звучат грубо и вульгарно. В немецком и в английском языках существует большое количество исследований в данной области. Ученые отождествляют сленг с понятием «молодежный сленг», т.к. главным носителем сленга является молодежь.

Основной теоретико-методологической базой нашего исследования послужили труды отечественных и зарубежных авторов: в области изучения сленга – Г.Б. Антрушина (2001), О.В. Афанасьева (2001), А.Т. Липатов (2009), Н.Д. Матарыкина (2015), Н.Н. Морозова (2001), Э. Патридж (1979), Д.Т. Садреев (2016), Й. Андроцопулос (1998), Т. Трон (2004, 2007), П. Шлобински (2002) и др.; в области теории дискурса – В.И. Карасик (2002), М.Л. Макаров (2003), П. Серियो (1999), Т. ван Дейк и др.; в области исследования виртуального и Интернет-дискурса – А.Г. Абрамова (2005), Н.Г. Асмус (2005), Е.Н. Галичкина (2001), Е.В. Горина (2014), А.В. Зеленовская (2014), О.В. Лутовина (2009), Е.Ю. Распопина (2010); в области изучения видеоблогов: Е.А. Баженова и И.А. Иванова (2012); в области изучения функций молодежного сленга: Г.Р. Иванова (1990), Т.Е. Захарченко (2009), Ю.В. Лаптева (2012).

Цель работы заключается в выявлении и анализе функций молодежного сленга в англоязычных и немецкоязычных видео-блогах, а также в их изучении в сравнительном аспекте.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Раскрыть содержание исходных понятий (дискурс, виртуальный дискурс, Интернет-дискурс, видео-блог);
2. Раскрыть содержание понятий сленг, молодежный сленг и разграничить их от таких понятий, как жаргон и аргю;
3. Рассмотреть классификации функций молодежного сленга и описать их основные функции;
4. Выделить и описать основные функции молодежных сленгизмов в английском и немецком Интернет-дискурсах;
5. Провести сравнительный анализ реализации функций молодежного сленга в английском и немецком Интернет-дискурсах.

Объектом исследования является молодежный сленг в английском и немецком Интернет-дискурсах.

Предметом изучения избраны функции английского и немецкого молодежного сленга в видео-блогах, и языковые средства их реализации.

В работе были использованы такие **методы**, как: элементы дискурс-анализа, сравнительный анализ, описательный метод.

Актуальность темы заключается в том, что сленг, являясь сложным лингвистическим явлением, представляет собой одну из противоречивых проблем современной лексикологии. Существует большое количество исследований в этой области, однако, четкого определения сленга все ещё не дано, а вопрос о том, какими функциями обладает молодежный сленг, является спорным. Так как сленгизмам свойственна кратковременность, сленговые единицы постоянно появляются и исчезают, их исследование не перестает быть актуальным. Более того, изучение молодежного сленга приобретает актуальность в условиях расширения границ возможностей

общения между представителями разных культур с помощью сети Интернет, а именно, социальных сетей, видео-блогинга и т.д.

Материалом исследования послужили: 6 англоязычных видео-блогов: Colby Brock, Corey Scherer, Cian Twomey, Andrew Quo, Jacko Brazier, Gabriel Conte, а также 5 популярных немецкоязычных YouTube видео-блогов различной тематики: Kelly Misses, LionTV, Sarazar, Melina Sophi, Dagi Bee, Dner.

Было просмотрено 108 англоязычных и 65 немецкоязычных видео-блогов общей продолжительностью 787 и 444 минуты соответственно. Для анализа было отобрано 20 англоязычных и 15 немецкоязычных видеороликов общей продолжительностью 230 минут и 160 минут соответственно. В ходе анализа было выявлено 109 сленгизмов в английском языке и 98 сленгизмов в немецком языке; иллюстративным материалом практической части исследования послужили 10 сленгизмов из английского и 10 из немецкого языков.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов данной работы в дальнейших исследованиях по лексикологии английского и немецкого языков.

Во Введении обосновывается выбор темы исследования, её актуальность, определяются объект и предмет исследования, формулируются цели и задачи исследования, описываются методы исследования, её практическая значимость, называются источники фактического материала, приводятся данные о её структуре.

В первой главе «**Теоретические предпосылки изучения молодежного сленга в Интернет-дискурсе**» рассматриваются различные подходы к определению понятия «дискурс» и «Интернет-дискурс». Также описывается соотношение понятий «арго», «жаргон», «сленг», представлены различные точки зрения на возможность и целесообразность дифференциации этих терминов. Уточнено понятие «молодежный сленг», выявлены и описаны источники его пополнения, рассмотрены его характеристики и функции.

Дается определение явлению «видео-блога», описываются его характеристики и жанры.

Во второй главе **«Функционирование молодежного сленга в англоязычных и немецкоязычных видео-блогах»** проводится анализ видеороликов из английских и немецких видео-блогов на предмет функционирования в них молодежного сленга. Также проводится сравнительный анализ функционирования сленга в англоязычном и немецкоязычном Интернет-дискурсах.

В Заключении обобщаются результаты проведенного исследования, их соотношение с общей целью работы и конкретными задачами, поставленными во введении, и обозначаются перспективы дальнейшего изучения рассматриваемых в работе проблем.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИЗУЧЕНИЯ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

1.1. Понятие дискурса в отечественной и зарубежной лингвистике

Дискурс (фр. discours, англ. discourse, от лат. discursus 'бегание взад-вперед; движение, круговорот; беседа, разговор'), речь, процесс языковой деятельности; способ говорения [Кибрик, 1997: 4].

Дискурс – явление, обладающее широкой популярностью в гуманитарных науках на протяжении уже нескольких десятилетий. Существует огромное количество исследований дискурса, однако, четкого общепотребимого определения до сих пор нет, т.к. ученым сложно охватить все случаи употребления «дискурса», в связи с этим каждый из исследователей создает собственное определение, исходя из направления своего исследования.

Истоки изучения дискурса берут своё начало в 50-ых годах XX в. Эмиль Бенвенист, разрабатывая теорию высказывания, применил традиционный для французской лингвистики термин discours в новом значении – как характеристику «речи, присваиваемой говорящим» [Бенвенист, 2002: 313]. К 70-ым годам XX века дискурсивный анализ становится самостоятельной дисциплиной, о чем свидетельствует огромное количество зарубежных исследований таких авторов, как Т. ван Дейк, П. Серио, М.В. Йоргенсен, Г. Браун и др.

Впервые термин «дискурс» был использован З. Харрисом при создании дистрибутивного метода в языкознании. По его мнению, дискурс – это «простое сцепление фраз, непрерывное высказывание» [Harris, 1952: 38; цит. по: Макаров, 2003: 91]. Исходя из этого определения, он считал, что те подходы, которые применяет дескриптивная лингвистика при рассмотрении предложения, можно использовать и применительно к дискурсу.

Важный вклад в исследования дискурса внес М. Фуко. Дискурс в его трактовке представляет собой «множество высказываний, принадлежащих одной формации» [Фуко, 2001: 62; цит. по: Чернявская, 2006: 125].

Представитель американской школы, М. Стаббс, в свою очередь, выделяет 3 главные характеристики дискурса:

1. В формальном отношении это – единица языка, превосходящая по объёму предложение;
2. В содержательном плане дискурс связан с использованием языка в социальном контексте;
3. По своей организации дискурс интерактивен, т.е. диалогичен [Stubbs, 1983].

В связи с возникновением огромного количества определений дискурса П. Серио приводит список, включающий восемь различных пониманий дискурса: «1) эквивалент понятия речь (по Ф. Соссюру), т.е. любое конкретное высказывание, 2) единицу, по размерам превосходящую фразу, 3) воздействие высказывания на его получателя с учетом ситуации высказывания, 4) беседу как основной тип высказывания, 5) речь с позиций говорящего в противоположность повествованию, которое не учитывает такую позицию, 6) употребление единиц языка, их речевую актуализацию, 7) социально или идеологически ограниченный тип высказываний, например, феминистский дискурс, 8) теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста» [Серио, 1999: 26–27]. Однако это далеко не полный список всех возможных определений.

Т. А. ван Дейк предлагает различать два определения дискурса:

Дискурс в широком смысле, как комплексное коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте. При этом коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные

составляющие. Например, обыденный разговор с другом, диалог между врачом и пациентом, чтение газеты.

В узком смысле, дискурс – это текст или разговор, т.е. завершённый или продолжающийся продукт коммуникативного действия, его письменный или речевой результат, который интерпретируется реципиентами. То есть дискурс в самом общем понимании – это письменный или речевой вербальный продукт коммуникативного действия [Van Dijk, 1998].

По мнению Т. ван Дейка, в дискурсе отражается сложная иерархия знаний, необходимая как при его порождении, так и при его восприятии.

В отечественной лингвистике проблемой дискурса занимались такие исследователи, как М.Л. Макаров, В.И. Карасик и др. Рассмотрим несколько подходов.

М.Л. Макаров, анализируя различные типы дискурсов, показывает основные координаты, с помощью которых определяется дискурс: формальная, функциональная, ситуативная интерпретации. «Формальная интерпретация — это понимание дискурса как образования выше уровня предложения. Речь идет о сверхфразовом единстве, сложном синтаксическом целом, выражаемом как абзац или кортеж реплик в диалоге, на первый план здесь выдвигается система коннекторов, обеспечивающая целостность этого образования. Функциональная интерпретация в самом широком понимании — это понимание дискурса как использования (употребления) языка, т.е. речи во всех ее разновидностях. Компромиссным (более узким) вариантом функционального понимания дискурса является установление корреляции "текст и предложение" — "дискурс и высказывание", т.е. понимание дискурса как целостной совокупности функционально организованных, контекстуализованных единиц употребления языка» [Макаров, 2003: 202; цит. по: Карасик, 2002: 190]. «Ситуативная интерпретация дискурса – это учет социально, психологически и культурно значимых условий, и обстоятельств общения, т.е. поле прагмалингвистического исследования. Закономерно поэтому обращение к дискурсу со стороны многих ученых,

разрабатывающих теорию речевых актов, логическую прагматику общения, конверсационный анализ, анализ диалога, лингвистический анализ текста, критический анализ дискурса, проблемы социолингвистики и этнографии коммуникации, когнитивной лингвистики и психолингвистики» [Карасик, 2000: 37].

Ю.С. Степанов называет дискурс «явлением», поясняя свою точку зрения так: «<...> дискурс – это первоначально особое использование языка <...> для выражения особой ментальности <...>; особое использование влечет активизацию некоторых черт языка и, в конечном счете, особую грамматику и особые правила лексики. И, в свою очередь, создает особый «ментальный мир» [Степанов, 1995: 38–39]. Ю.С. Степанов говорит о дискурсе как о языковом явлении. Определяя дискурс таким образом, автор учитывает, как социальные, так и психологические факторы.

В.В. Красных обращает внимание на разнообразие трактовок дискурса в лингвистике, выделяя его узкое и широкое понимание: «Дискурс в узком понимании является проявлением речевой деятельности (наряду с текстоидами) в разговорно-бытовой речи и представляет собой обмен репликами без особого речевого замысла. Дискурс в широком понимании трактуется как проявление речедеятельностных возможностей отдельной языковой личности, как система коммуникации» [Красных, 2001: 200].

В данной работе мы придерживаемся подхода В.И. Карасика, который выделяет несколько типов дискурса:

1) коммуникативный: дискурс как вербальное общение (речь, употребление, функционирование языка), диалог, беседа, т.е. тип диалогического высказывания;

2) структурно-синтаксический: дискурс как фрагмент текста, т.е. образование, превышающее уровень предложения (сверхфразовое единство, сложное синтаксическое целое, абзац, кортеж реплик в диалоге);

3) структурно-стилистический: дискурс как нетекстовая организация разговорной речи, характеризующаяся нечетким делением на части,

господством ассоциативных связей, спонтанностью и высокой контекстностью;

4) социально-прагматический: дискурс как текст, погруженный в ситуацию общения, в жизнь или как социально или идеологически ограниченный тип высказываний, например, феминистский дискурс [Карасик, 2000].

Подводя итог, можно констатировать, что дискурс – это широкое понятие, не имеющее четких границ. Такие исследователи, как Т.А. ван Дейк, М. Стаббс, П. Серио, М. Фуко, В.В. Красных, Ю.С. Степанов, М.Л. Макаров, В.И. Карасик и многие другие занимались исследованием дискурса в лингвистике. Именно поэтому существует большое количество подходов к изучению данного явления: разделение дискурса на несколько типов, разнообразные классификации, отождествление понятий дискурса и текста и т.д. Дать четкое и полное определение такому широкому понятию, как дискурс считается невозможным, поэтому некоторые ученые стараются объединить все определения в единую классификацию (П. Серио и др.). В данной работе, вслед за В.И. Карасиком, мы полагаем, что дискурс – это текст, погруженный в ситуацию общения.

1.2. Интернет-дискурс как один из видов виртуального дискурса

Интернет-дискурс – это явление, вошедшее в лингвистику с появлением и развитием компьютерных технологий и сети Интернет. Несмотря на сравнительно недавнее появление этого термина, существует большое количество исследований в этой области. Наличие различных подходов к изучению и определению понятия привело к существованию различных номинаций одного и того же явления. На сегодняшний день Интернет-дискурс отождествляется с понятиями «компьютерный дискурс» (Е.Н. Галичкина, Н.Г. Асмус), «электронный дискурс» (А.Г. Абрамова), «электронная коммуникация» (Ф.О. Смирнов), «компьютерный Интернет-

дискурс» (Е.Ю. Распопина). Изучение работ вышеперечисленных авторов даёт возможность утверждать, что, несмотря на разнообразие номинаций, они имеют один объект исследования. В нашей работе, вслед за О.В. Лутовиной, мы используем понятие «Интернет-дискурс», который подразумевает общение в глобальной сети Интернет.

Дискурс Интернета понимается как «виртуальное образование, обладающее набором специфических черт, виртуальность Интернет-дискурса объясняется его глобальностью, условностью, домысливаемостью, необозримостью, бесконечностью» [Горина, 2014: 65]. Прежде чем перейти к анализу Интернет-дискурса, необходимо дифференцировать такие понятия, как «виртуальный дискурс», «компьютерный дискурс», «электронный дискурс».

Стоит начать с понятия «виртуального дискурса», т.к. оно является главным, с той точки зрения, что все остальные перечисленные выше типы дискурсов являются его составляющими. Данное утверждение доказывает приведенная ниже схема, представленная О.В. Лутовиной в её монографии, посвященной исследованию виртуального дискурса:



Схема

Рисунок 1. Интернет-дискурс как один из видов виртуального дискурса [Лутовина, 2009].

Мы видим, что виртуальный дискурс включает в себя электронный дискурс, который, в свою очередь, содержит компьютерный дискурс, одним из видов которого является Интернет-дискурс.

Что касается характеристик виртуального дискурса, то О.В. Лутовина выделяет такие особенности виртуального дискурса, как: анонимность, демократичность общения, неограниченная доступность получения информации и завязывания контактов, скорость получения информации, отсутствие пространственных границ, размывание расстояний и стирание роли временного фактора, свобода самовыражения [Лутовина, 2009б].

Также, по мнению О.В. Лутовиной, виртуальный дискурс характеризуется наличием гипертекста и его креолизованностью (использование различных картинок, фотографий т.д.).

Электронным дискурсом же может быть назван любой из дискурсов, в котором общение осуществляется посредством электронных средств связи и технологий, например, дискурс мобильного телефона или дискурс других электронных средств связи. Следовательно, любое общение с помощью электронных технологий (телефон, домофон, компьютер) может быть названо электронным дискурсом. Данный вид дискурса не может отождествляться с дискурсом виртуальным.

«Таким образом, «электронный дискурс» определяется, прежде всего, природой тех устройств, которые обеспечивают канал связи посредством взаимодействия электронов с электромагнитными полями, т.е. электронных устройств, количество которых многочисленно и разнообразно» [Распопина, 2010: 127].

Ещё одно понятие – компьютерный дискурс. Он определяется природой конкретного электронного устройства – компьютера. Понятие «компьютерный дискурс» можно трактовать двояко. С одной позиции, «это любое общение в компьютерных сетях, общение с использованием особого рода электронных сигналов коммуникации. С другой стороны, компьютерный дискурс можно определить, как общение только на темы,

связанные с компьютерами» [Зеленовская, 2014б: 19]. Общение в рамках компьютерного дискурса может осуществляться вне сети Интернет, в локальных сетях, это значит, что такое общение будет отличать его от Интернет-дискурса. Из чего можно сделать вывод, что данные понятия также не могут быть синонимичными.

Таким образом, именно технические особенности являются главным фактором разграничения данных понятий. Рассмотрим более подробно понятие «Интернет-дискурса». Одно из полных определений Интернет-дискурса приводит И.Н. Загоруйко: «Интернет-дискурс представляет собой процесс создания текста в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими факторами, целенаправленное социальное действие, включающее взаимодействие людей» [Загоруйко, 2012: 59]. Однако, в нашем исследовании, вслед за О.В. Лутовиной, мы используем понятие «Интернет-дискурс», который подразумевает общение в глобальной сети Интернет.

Рассмотрим далее признаки Интернет-дискурса. Интернет-дискурс отличается, прежде всего, по каналу коммуникации – в отличие от устного и письменного – только через сеть Интернет. Кроме того, это – глобальный способ коммуникации, объединяющий в единое сообщество наибольшее количество участников. Впервые признаки Интернет-дискурса были выделены в диссертационной работе Е.Н. Галичкиной, посвященной дискурсу Интернет-форумов. Она выделяет такие признаки, как:

- электронный сигнал как канал общения;
- виртуальность (общение с неизвестными, воображаемыми собеседниками);
- дистантность (участники компьютерного общения удалены друг от друга в пространстве и во времени);
- опосредованность (общение осуществляется с помощью технического средства);

- высокая степень проницаемости (слушателем, соучастником или участником компьютерного общения может оказаться любой человек);
- наличие гипертекста (текст и система команд или дополнений к нему, которые позволяют осуществлять ряд операций: стирать, выделять и многое другое, то есть гипертекст включает вспомогательный инструментарий, который позволяет ускорить получение нужной информации);
- креолизованность (наличие элементов креолизованных текстов, как правило, в виде картинок);
- по преимуществу статусное равноправие участников (для компьютерного общения характерен стиль равенства, так как в компьютерных конференциях недопустимо поучать другого);
- передача эмоций, мимики, чувств с помощью смайликов (последовательность символов, отражающих эмоциональное состояние отправителя);
- комбинация различных типов дискурса (бытового, делового, научного, педагогического, рекламного, политического);
- специфическая компьютерная этика [Галичкина, 2001; цит. по: Лепшеева, 2009: 90].

Большинство исследователей придерживаются этих признаков, однако некоторые из них (А.Б. Кутузов) выделяют также анонимность, как один из признаков Интернет-дискурса.

Таким образом, основными характеристиками Интернет-дискурса являются: виртуальность, гипертекстуальность, анонимность, креолизованность, дистантность и устно-письменный характер коммуникации. Кроме того, Интернет-дискурс – это глобальный способ коммуникации, объединяющий в единое сообщество наибольшее количество участников (пользователей сети). Исходя из этого, можно сделать вывод, что Интернет-дискурс является одним из видов виртуального дискурса.

Благодаря сети Интернет возникла новая форма языкового взаимодействия и появилось множество новых типов дискурса, а также их жанров: форумы, блоги, конференции, электронная переписка и чаты.

1.3. Видео-блог как жанр Интернет-дискурса

Пользователи Интернета сталкиваются со сложностью, обусловленной многообразием возможностей, которые открываются перед ними в дискурсивном пространстве Интернет. Для ориентирования в этом пространстве им необходимы «когнитивные инструменты» или программы действий, в качестве которых и выступают жанры [Распопина, 2010].

Е.У. Распопина и О.В. Кравченко в своём исследовании выделяют 4 жанра Интернет-дискурса:

1. Информационный жанр (веб-сайт, Интернет-документ, вики-проект, поисковая система и др.). Информационный жанр формирует у пользователя технологии и стратегии получения информации разного характера (познавательной, развлекательной и т.д.). Информационный жанр имеет такую особенность: для получения информации пользователь вступает в языковой контакт не с себе подобным, а с информационным пространством Интернет, что осуществляется посредством компьютера.

2. Коммуникативный жанр (электронное письмо, системы мгновенного обмена сообщениями, социальные сети). Коммуникативный жанр ответственен за стратегии обмена информацией и опытом, а также за стратегии «создания консенсуальной области взаимодействия организмов».

3. Развивающий жанр (игровые миры и игры онлайн). Особенностью этого жанра является то, что на первый план здесь выходит развивающая функция, осуществление которой может производиться практически без речевого взаимодействия участников игры друг с другом, поэтому стратегии и технологии речевого поведения участников игры друг с другом или с игрой видятся очень ограниченными, хотя, несомненно, существуют.

4. Замещающий жанр (Интернет-магазин, платёжные системы и др.). Этот жанр можно назвать сервисным, так как он предполагает технологические способы выполнения определённых речевых операций для использования тех или иных сервисов, услуг [Распопина, 2010: 130].

Согласно данной классификации, блог может принадлежать к двум жанрам Интернет-дискурса: к информационному жанру (пользователь получает различную развлекательную или познавательную информацию, посредством сети Интернет) и к коммуникативному жанру (возможность комментирования блога позволяет пользователям общаться и делиться информацией).

Ещё одна классификация жанров Интернет-дискурса принадлежит О.В. Лутовиной, в которой она выделяет два типа жанров:

- Дискурсообразующие жанры – к ним относятся электронное письмо (e-mail), чат, форум, мгновенные сообщения (например, ICQ), блог (представляет собой дневник, новостную ленту или домашнюю (авторскую) страницу, гостевую книгу, ролевую игру онлайн) и смс;
- Дискурсоприобретенные жанры – это прежде всего флейм, виртуальный роман, флирт, флуд, послание, креатив и спам [Лутовина, 2010].

В классификации О.В. Лутовиной блог относится к дискурсообразующему жанру. Несмотря на то, что исследователи выделяют различные жанры виртуального дискурса, блог присутствует в каждом из них, что свидетельствует о том, что блог может считаться жанром виртуального дискурса и, соответственно, Интернет-дискурса.

Изначально, при зарождении Интернета, под блогом понималась «новостная лента, содержащая отобранные автором ссылки на другие сайты» [Баженова, Иванова, 2012: 126]. Записи новостной ленты могли комментироваться читателями. «Такой блог представлял собой своеобразный бортовой журнал (англ. – log) путешественника по пространствам Сети – weblog (термин ввел Йорн Баргер в 1997 г.). Слово «blog» появилось путем

переразложения основ в результате языковой игры: в 1999 г. Питер Мерхольдз разместил в боковой колонке веблога надпись «we blog», что означает «мы ведем блог». Слово пришлось всем по вкусу, быстро распространилось по сетям и закрепилось с возникновением одного из первых блогговых сервисов – Blogger.com. Именно с появления общедоступной технической возможности для ведения своего «бортового журнала» началось широкое использование слова «блог» [Там же: 127].

В настоящее время под блогом понимается «сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера с возможностью комментирования, расположенные в обратном хронологическом порядке» [Лутовина, 2009а: 198].

Для блога характерно, прежде всего, то, что он является, с одной стороны, информативным средством, а с другой, служит средством общения, в котором находит своё отражение саморепрезентативная функция (желание пользователя показать, насколько он компетентен в том или ином вопросе, прорекламировать себя, вызвать уважение (сочувствие, смех и т.д.) у других пользователей). Блог также трактуется как личный сетевой дневник (список записей, повествующих о жизни автора с комментариями пользователей). Так как другие пользователи могут комментировать посты автора, происходит общение между автором и аудиторией, что иллюстрирует коммуникативную функцию. Блог может включать в себя события, не касающиеся жизни автора, но интересные ему по какой-либо причине, а также события, в которых автор принимал непосредственное участие [Лутовина, 2009а].

Е.А. Баженовой и И.А. Ивановой выделяются также и некоторые параметры блога:

1. Профиль пользователя. Это страница или раздел блога, в которой пользователь представляет себя и свой блог, размещает информацию о себе (пол, возраст, контактные данные, интересы и т.д.). Для некоторых блог-сервисов данный раздел может быть обязательным.

2. Лента записей. Основная страница блога, где располагаются все записи в обратном хронологическом порядке. Каждая запись содержит текст, заголовок, время и дату публикации, комментарии. В некоторых блогах к записи присоединяются также изображение, тематические метки (теги), различная информация от автора (его настроение, место, где он находится, музыка, и т.д.).

3. Страница отдельной блог-записи. Каждую запись блога можно открыть на отдельной странице, где будет отображаться полный текст записи и различные вставки к ней.

4. «Лента друзей», т.е. лента записей блогов, которые читает автор. Блог записей разных пользователей объединяется в одну ленту и располагается в обратном хронологическом порядке. Обычно «лента друзей» оформляется так же, как лента записей самого автора.

5. Еще одной характеристикой блога является его мультимедийность – одновременное использование в процессе коммуникации нескольких семиотических систем, например визуального и звукового канала. Мультимедийность проявляется также в соединении вербального текста с невербальными компонентами – графикой, картинками, фотографиями, видео, анимацией [Баженова, Иванова, 2012].

Одной из самых популярных форм блога на сегодняшний день является видео-блог. Видео-блог – это блог, в котором основным средством передачи информации является не веб-страница с текстом, а видео. Являясь одной из форм блога, видео-блог обладает теми же характеристиками, что и блог. Видео-блог является не только информативным средством, но и средством общения. В свои видеоролики автор может включать различную познавательную информацию или то, что ему интересно. Подписчики могут комментировать видео после просмотра и общаться с автором видео. Видео-блог может являться видео-дневником (vlog): в таком случае основным содержанием видеоролика будет повествование автора о своей жизни. Дневник может быть как ежедневным, так и ежемесячным.

Примерами видео-блогов могут служить рассматриваемые нами в практической главе популярные YouTube видео-блоги: Kelly Misses, LionTV, Sarazar, Melina Sophi, Dagi Bee, Dner, Colby Brock, Corey Scherer, Cian Twomey, Andrew Quo, Jacko Brazier, Gabriel Conte.

Видео-блоги Dagi Bee, Kelly Misses, Melina Sophi, Zoella представляют собой развлекательные каналы, направленные на аудиторию от 15 до 25 лет. В видео-блоге содержатся видео различной тематики: путешествия, красота, юмор, рецензии на фильмы, косметические продукты и модные вещи, а также и еженедельные видео-дневники.

Видео-блог LionTV содержит в себе комедийные и развлекательные видео, направленные на аудиторию от 18 до 25 лет, а также видео из путешествий, рецензии на фильмы, журналы.

Ещё один видео-блог – это Let's Play Kanal Sarazar. Sarazar популярен среди мужской аудитории 20-30 лет, предлагая к просмотру видео на игровую тематику: разбор популярных видео-игр, освещение новостей в области видео-игр. Более того, автор публикует видео из своих путешествий, а также ведет видео-дневник.

Видео-блог Dner представляет собой развлекательный канал подростка, который предлагает к просмотру видеоролики из своих путешествий на скейтборде по Германии. Также в видео-блоге присутствуют видео на тему видео-игр и видео-дневник.

Англоязычные видео-блоги Corey Scherer, Colby Brock, Cian Twomey, Andrew Quo являются популярными блогами среди молодежи, на этих каналах в большей степени присутствуют видео-ролики комедийного характера, а также видео-дневники.

Два видео-блогера Jacko Brazier, Gabriel Conte на своих каналах предлагают к просмотру видео из путешествий, ежедневные видео-дневники, а также обсуждение различных актуальных тем.

На сегодняшний день видео-блог является одним из самых популярных сегментов сети Интернет, в котором молодежь очень часто использует сленг.

1.4. Понятие сленга и его взаимосвязь с жаргоном и арготом

Сленг — это явление, вокруг которого уже очень давно разгораются споры. Толкований понятия сленг очень много, но исследователи не могут дать однозначное определение. В данном параграфе речь пойдет о том, как зарождалось понятие сленг, какими функциями и характеристиками он обладает, а также об отличиях сленга от молодежного сленга.

«Многие из нас думают, что мы можем определить сленг, когда мы слышим или видим его, но на самом деле, каково определение сленга, какие слова могут считаться сленгом, какие не могут, до сих пор остается предметом обсуждения, как в баре, так и в классе или на студенческих семинарах» («Most of us think that we recognize slang when we hear it or see it, but exactly how slang is defined and which terms should or should not be listed under that heading continue to be the subject of debate in the bar-room as much as in the classroom or university seminars») [Zaytaeva, 2009: 161].

Многие ученые стали исследовать сленг ещё в XX веке, именно поэтому существуют многочисленные определения понятия «сленг». Проблемой определения «сленга» занимались такие ученые, как В. Скит, Э. Патридж, И.Р. Гальперин и др. В.А. Хомяков отмечал, что «этимология термина сленг остается до сих пор нераскрытой и представляет собой одну из загадок английской лексикографии» [Хомяков, 1969: 67; цит. по: Липатов, 2009]. Несмотря на трудности определения сленга, он является важным объектом исследования среди многих лингвистов. М. Адамс утверждает, что сленг — это не просто лексическое явление, вид слова, а лингвистическая практика, уходящая корнями в социальные потребности и поведение. Более того, использование сленга может приносить эстетическое удовольствие, делать язык более живым, помогать выделиться. И, хотя он играет лишь небольшую роль в языковом эпосе, сленг может фигурировать в нашей

“языковой компетенции”, то есть во врожденной способности человека приобретать и использовать язык. Автор считает, что мы не сможем рассказать историю языка, если не будем учитывать все его характеристики и особенности, одной из которых является сленг [Adams, 2009].

В современном толковании (А.Т. Липатов, Г.Б. Антрушина, О.В. Афанасьева, Н.Н. Морозова) «сленг» определяется как экспрессивные слова, которые в большинстве своем используются с иронией, однако, многие из них звучат грубо и вульгарно. А.Т. Липатов определяет сленг как «вызов скуке и невыразительности в языке» [Липатов, 2009: 379].

В нашем исследовании мы возьмем за основу определение К.Е. Мозжухина, который на основе анализа наиболее характерных сленгу свойств дал собственное определение этому лексическому явлению: «сленг – это исторически сложившийся нестандартный, разговорный, подвижный и экспрессивно окрашенный слой лексики, носящий часто шутливый и грубоватый оттенок» [Мозжухин, 2005: 23].

Многие ученые сходятся во мнении, что главной проблемой является определение сленга. Пока лексикографы не дадут четкое определение данному понятию, мало что можно будет сделать для лингвистического анализа данного вида лексики или для изучения его исторического изменения. Однако, одной из проблем отсутствия определения является то, что сленговым единицам свойственны такие характеристики, как: кратковременность, расплывчивость, следовательно, социолингвистический и психолингвистические контексты, в которые погружен сленг, не могут быть легко обнаружены [Adams, 2009].

Такие исследователи, как Э. Патридж, Г.Б. Антрушина, О.В. Афанасьева, Н.Н. Морозова выделяют несколько причин использования сленга. Некоторые используют сленг «просто для развлечения, с целью подчеркнуть свою непохожесть, оригинальность, дерзость и смелость; для того чтобы звучать «модно»; для создания дружеской, интимной атмосферы; чтобы сделать свою речь более яркой, привлекающей внимание; для

обогащения своего словарного запаса; для придания конкретики абстрактным явлениям; для приумножения торжественности, печали, трагедии. Также сленг может использоваться как проявление чувства юмора или во избежание клише и многословия [Partridge, 1979; цит. по: Amari, 2010]. Перечисленные причины всего лишь самые известные из тех, что выделили современные лингвисты. Не все используют сленг для достижения этих целей. Многие используют его на подсознательном уровне.

С.Б. Флексер полагает, что сленг используется в большей степени потому, что он более живой, экспрессивный, по сравнению со стандартной лексикой. Иногда люди также используют сленг, чтобы избежать устоявшейся рутины, присущей нашей повседневной жизни («We use slang because it often is more forceful, vivid, and expressive than are standard usages. Sometimes slang is used to escape from the established routine of every day life») [Flexner, 1960: 11; цит. по: Мозжухин, 2005: 9].

Целью использования сленга редко является лишь обмен информацией, более часто сленг используется для достижения социальных целей: выявить члена какой-то группы, изменения уровня дискурса в сторону неформальности, а также оказать сопротивление установленной власти. Сленг – это лингвистический эквивалент моды и служит он для выполнения тех же целей [Adams, 2009].

По словам Т.Е. Захарченко, существует три основные причины, по которым то или иное слово попадает в общую «копилку» сленга: полезность, мода и потребность в экспрессии. Под полезностью понимается востребованность понятия, обозначаемого данным словом в традиционном обществе [Захарченко, 2009].

Подводя итог, можно сделать вывод, что основной причиной использования сленга является то, что благодаря сленгизмам говорящий делает свою речь более эмоциональной, живой, яркой. Также сленг используется для создания неформальной, дружеской атмосферы, использование сленга сплочает группу и выделяет её в обществе.

Одна из проблем, с которой сталкиваются исследователи – это разграничение понятий жаргона и сленга. Сленг – это широкое понятие, именно по этой причине исследователи затрудняются дать ему четкое определение. Ввиду своего терминологического значения, концепт сленга часто приравнивается к сниженной лексике, такой, как кант, жаргон, диалект и реже к акценту. В результате мы имеем огромное количество определений сленга, в которых данные понятия являются взаимозаменяемыми. Самым распространенным мнением среди исследователей является то, что сленг – это разновидность жаргона. Однако, большое количество исследований по этой проблеме доказывает, что данные явления имеют много различий.

Взаимозаменяемость данных понятий в отечественной лингвистике происходит в большой степени из-за того, что сленг в то время считался чем-то отрицательным, незаслуживающим описания, из-за этого до конца XX века ученые не уделяли ему особого внимания. «Вплоть до настоящего времени в англо-американской традиции понятия арго и жаргон смешиваются с понятием кант. Сюда включают арго преступного мира, блатной язык, профессиональные жаргоны, нестандартные слова – иначе говоря, всю нестандартную лексику английского языка. Так что термин сленг покрывает тем самым целиком русские термины жаргон и арго, а также отчасти и грубое просторечие» [Липатов, 2003: 380–386]. Под термином сленг происходит смешивание разных лексических явлений.

М.М. Маковский считает, что «в реальной разговорной практике нельзя встретить чисто сленговую лексику, используемую вне связи с литературным языком, жаргонизмами, профессионализмами и прочими лексическими слоями» [Маковский, 1963; цит. по: Липатов, 2009: 61]. Данной точки зрения придерживается и Л.И. Скворцов, определяя сленг как «комплекс перефирийных слоев лексико-семантической системы языка, которые являются не только зоной повышенной активности, а и зоной повышенной вариативности» [Скворцов, 1981; цит. по: Липатов, 2009: 62].

Большинство определений термина «жаргон» сводится к тому, что данный тип лексики употребляется/свойственен определенной социально-профессиональной группе. Сленг также употребляется среди определенной социальной группы – молодежи. Поэтому понятия «жаргон» и «сленг» часто являются взаимозаменяемыми. Т.Е. Захарченко выделяет ещё одну причину, почему эти понятия употребляются как синонимы, дело в том, что в разных национальных лингвистических школах для обозначения одного и того же явления использовались разные термины. «Так, термин сленг был характерен для англоязычных исследований. В русской же лексикографической и исследовательской традиции из этих двух терминов превалирует «жаргон» [Захарченко, 2006: 18]. Та же причина относится и к взаимоотношениям понятий «сленг» и «арго». Понятие «арго» используется в качестве основного среди французских лингвистов. Однако основным отличием «арго» от понятий «сленг» и «жаргон» является его специфическая функция в речи. Тот факт, что арго употребляется в речи, когда возникает необходимость скрыть предмет коммуникации и используется в криминальной среде, отличает его от других слоев речи.

Рассмотрим сходные черты арго, жаргона и сленга в некоторых аспектах, которые выделяет Н.Д. Матарыкина в своей диссертации:

- 1) Сфера применения: используется в устной речи.
- 2) Сфера коммуникантов: средство общения определенной социальной группы, объединенной по признаку возраста, общности интересов, привычек, занятий и т.д.
- 3) Стилистическая окраска: фамильярный характер, экспрессивность.
- 4) Функции: языковое обособление членов группы от людей, к ней не принадлежащих, и других социальных групп, объединение членов одной группы.

Данные черты осложняют проблему разграничения трех терминов. Однако, вместе с общими чертами, наблюдаются также и отличия этих явлений друг от друга:

1) «Молодежный сленг» имеет нейтральное значение, в то время как «жаргон» имеет отрицательное «пейоративное значение» [Ахманова, 2004: 148].

2) Что касается арго, то данный термин определяет тайный язык, употребляемый для сокрытия предмета коммуникации, а также используется как средство общения в среде преступного мира [Матарыкина, 2005]. Следовательно, его основная функция – конспиративная, а это нехарактерно для сленга, к которому относятся лексические единицы, выполняющие экспрессивную функцию в качестве основной [Мозжухин, 2006: 30].

3) У арго и жаргона, в отличие от сленга, есть определенные особенности – более узкая среда обращения. Отсюда их «системная суженность и достаточно высокая мобильность» [Липатов, 2009: 62]. Сленгу, наоборот, присуща система, общая для речи всех носителей языка, и он менее мобилен, чем жаргон или арго.

«Slang differs from jargon for its lack of prestige and pretentiousness. In fact, slang terminology is much more familiar and spontaneous than the technical jargon of science, academic, law, bureaucracy, business, etc. Slang may be used within a particular group like musicians, soldiers or medical staff, but it does not exactly deal with status or reputation» (Сленг отличается от жаргона тем, что сленг не такой престижный и вычурный. На самом деле, терминология сленга гораздо понятнее и непринужденнее, в отличие от технического жаргона, относящегося к различным сферам, например, сфере наук, закона, бизнеса и т.д. Конечно, сленг может использоваться в рамках определенной группы музыкантов, солдат, медперсонала, но его использование никак не связано со статусом или репутацией) [Mattiello, 2005: 13].

Подводя итог, можно сказать, что сленг – это широкое явление, а определение данному понятию до сих пор остается труднорешаемой задачей

в лексикографии. Сленг используется для различных целей, но, в первую очередь он используется для передачи определенного эмоционального или психологического отношения. Принято считать, что довольно многие сленгизмы используются, чтобы выразить презрение, хотя они могут создавать амбивалентность, когда используются среди группы друзей или близких знакомых.

Помимо проблемы определения сленга, существует также проблема разграничения данного явления с такими понятиями, как жаргон и аргю. Лингвисты делятся на два лагеря, одни считают, что жаргон и аргю являются смежными со сленгом понятиями, другие же отрицают взаимозаменяемость этих явлений. Несмотря на различия, между тремя понятиями всё же есть сходства, которые и являются катализаторами споров вокруг них. Экспрессивность, которой наделен сленг, приводит к отождествлению учеными таких понятий, как аргю, сленг и жаргон. Изучив работы исследователей по данной проблеме, мы пришли к выводу, что данные явления имеют множество различий. В следствие чего, мы придерживаемся мнения о том, что сленг, жаргон и аргю не являются взаимозаменяемыми терминами.

1.5. Молодежный сленг как слой молодежного языка

Молодежный сленг не имеет четких возрастных границ. Условно в сферу изучения молодежного сленга можно отнести возраст от 12 до 30 лет, когда общество пока не признает за молодым человеком статуса социальных полей и функций взрослого. Молодежный сленг – это не единственный способ коммуникации молодежи. Он используется только в определенной ситуации в общении молодежи между собой в непринужденной и неофициальной обстановке [Матарыкина, 2005].

В нашем исследовании мы опираемся на следующее определение J.K. Androutsopoulos: «Jugendsprache ist nicht mit der “Sprache der Jugend”, also mit

dem Sprachverhalten Jugendlicher schlechthin gleichzusetzen, sondern vielmehr als eine Summe von nicht standartssprachlichen Mustern anzusehen, die selbst innerhalb der “virtuellen Großgruppe Jugend” eine bestimmte soziокультурelle Verteilung aufweisen (Молодежный язык не должен отождествляться с «языком молодежи» или речевым поведением молодежи как таковым, а скорее рассматриваться как совокупность нестандартных речевых моделей, которые даже внутри «возможной большой группы молодежи» указывают на определённое социокультурное распределение) [Androutsopoulo, 1998]».

Однако возникает вопрос о различии понятий «молодежный язык» и «молодежный сленг». Согласно исследованию Н.Д. Матарыкиной, «молодежный сленг — это слой «молодежного языка», который, с одной стороны, существует на фоне разговорной речи, опираясь на её материал всех языковых уровней. С другой стороны, некоторые молодежные сленгизмы имеют тенденцию к расширению сферы применения и переходу в разговорную речь. Следовательно, сленг можно отнести и к периферии разговорной речи» [Матарыкина, 2005: 26]. Отношение молодежного сленга, молодежного языка и разговорной речи можно рассмотреть в приведенной ниже схеме Н.Д. Матарыкиной:



Рисунок 2. Молодежный сленг [Матарыкина, 2005].

Говоря о молодежном сленге и о его влиянии на молодежную культуру, стоит привести цитату Д.М. Зайтаевой:

«Независимо от его источника, молодежный сленг является одним из основных элементов молодежной культуры, как дерзкий жест сопротивления

и показатель принадлежности к группе» («Whatever its source, youth slang is a core element of youth culture, as a defiant gesture of resistance and an emblem of tribe identity») [Zaytaeva, 2009: 2]. Для этих групп сленг – это личный код, который воплощает определенные ценности и поведение, присущие данной группе, а также усиливает их исключительность. Сленговые выражения могут выйти за пределы группы, в которой они возникли, и стать широко используемыми [Throne, 2007].

Делая вывод, можно сказать, что возраст от 12 до 30 лет входит в сферу изучения молодежного сленга. В нашем исследовании, мы придерживаемся точки зрения Й. Андроцопулоса и вслед за ним определяем сленг, как совокупность нестандартных речевых моделей, которые даже внутри возможной большой группы молодежи указывают на определённое социокультурное распределение. Существует проблема разграничения понятий «молодежный язык» и «молодежный сленг». В нашем исследовании мы вслед за Н.Д. Матарыкиной полагаем, что молодежный сленг стоит на периферии разговорной речи и молодежного языка, однако, данные понятия не являются синонимами.

1.6. Функции молодежного сленга

В настоящее время не существует единого мнения лингвистов по поводу функций, выполняемых сленгом.

Когнитивное направление в лингвистике выделяет три основных функции сленга: когнитивную, коммуникативную и номинативную. По мнению Г.Р. Ивановой, «коммуникативная функция сочетается с номинативной, в силу того, что наименования в сленге, как и в языке в целом, появляются вследствие коммуникативных потребностей говорящих» [Иванова, 1990: 128; цит. по: Мозжухин, 2005: 22].

Когнитивная функция сленга проявляется в том, что многие наименования в сленге несут в себе дополнительную информацию,

отсутствующую в стандартных обозначениях, и посредством этого репрезентируют дополнительные знания об окружающем мире. Кроме того, «когнитивность сленговых наименований определяется очень высокой степенью метафоричности» [Иванова, 1990: 133; цит. по: Мозжухин, 2005: 22]. При метафорическом переносе значения говорящий выделяет те признаки называемого объекта, которые он считает наиболее важными, и на их основе получает новое, переосмысленное значение.

Номинативную функцию выполняют сленгизмы, обозначающие специфические явления, присущие данной субкультуре, а также понятия, для которых уже существуют слова в литературном языке. В первом случае происходит заполнение терминологических лакун, а во втором случае сленговое слово передает специфику уже существующего явления в деятельности или сознании носителей определенного сленга. Как правило, в данном случае, происходит сужение понятия, его спецификация. «При номинации слов, для которых уже существуют широкоупотребительные слова, номинативная функция тесно переплетается с другими функциями сленга, такими, как: экспрессивной, мировоззренческой и эмоционально-оценочной функциями. Это связано с тем, что часто такие вторичные номинации возникают, когда в традиционном обществе и субкультуре носителей определенного социального сленга существуют различные ценностные установки. Эта разница передается и фокусируется в семном составе сленгизмов» [Захарченко, 2006: 105].

С номинативной функцией тесно связана мировоззренческая функция сленга. «Часто номинация отражает ценностные установки носителей сленга, иногда противопоставленные традиционному обществу (криминальный сленг, сленг наркоманов, хиппи и т.д.). Мировоззренческий подтекст сленгизмов, иногда осознаваемый подсознательно, подвигает людей на употребление в речи подобной лексики. Появляясь в речи субъекта, подобная лексика уже выражает его жизненную позицию» [Захарченко, 2006: 106].

Коммуникативная и когнитивная функции сленга также взаимосвязаны. «Номинативные единицы, не имеющие эквивалентность в стандартном языке, несомненно обладают высокой коммуникативной значимостью, т.к. они упрощают, а порой определяют процесс коммуникации. Эти лексические единицы также и когнитивнозначимы, т.к. они входят в языковую картину мира в качестве уникальных элементов». Для описания таких лексических единиц словами стандартного языка приходится использовать развернутые словосочетания: Bag lady – «a homeless woman who lives in public places and carries her possessions in shopping bags» [Иванова, 1990: 133; цит.по: Мозжухн, 2005: 22].

Н.Д. Матарыкина относит идентификационную функцию (или функцию обособления) к основным функциям сленга, объясняя это тем, что с помощью своего особого словоупотребления молодые люди изолируются от общественных традиций, а также от различных социокультурных группировок внутри молодежной субкультуры [Матарыкина, 2005].

Ещё одна функция, выделяемая исследователями (Т.Е. Захарченко, С.С. Волков, Е.В. Сенько, О.С. Ахманова и др.) – экспрессивная. Одной из основных экспрессий, которую несет с собой слово сленга, является юмористическая, она позволяет привлечь внимание к собеседнику, сделать речь яркой, а также скрыть печаль. Частым случаем экспрессивной функции является эмоционально-оценочная функция, то есть передача отношения говорящего к называемому им объекту [Захарченко, 2006].

Т.Е. Захарченко выделяет также функцию экономии времени, отмечая, что к ней относятся сокращения и аббревиации, используемые для краткости высказываний в устной речи.

Рассмотрев различные классификации отечественных ученых, в своей работе мы берем за основу классификацию Ю.В. Лаптевой, т.к. она объединяет все основные функции, выделенные другими авторами. Однако вслед за Г.Р. Ивановой, мы считаем, что номинативная и коммуникативная функция сочетаются друг с другом, так как все новые наименования в сленге

появляются вследствие коммуникативных потребностей говорящих» [Иванова, 1990: 133; цит. по: Мозжухн, 2005: 22]. В нашем исследовании мы объединяем номинативную функцию с коммуникативной и относим к основным функциям молодежного сленга, прежде всего:

1. Номинативную (в сочетании с коммуникативной): в системе сленга различные явления приобретают новые наименования, окрашенные более эмоционально, кроме того, появляются слова, для определения которых не существует слов в общеиспользуемом языке;

2. Когнитивную, суть которой заключается в том, что многие слова в сленге содержат в себе дополнительную информацию, отсутствующую в формальных, стандартных обозначениях, благодаря чему, предоставляют дополнительную информацию об окружающем мире;

3. Экспрессивную (часто эмоционально оценочную), суть которой состоит в том, что она репрезентируется с помощью сленгизмов, выражающих определенное отношение к каким-то явлениям, например, пренебрежительное, ироническое и т.д.;

4. Идентификационную: сленг является неким сигналом, помогающим распознать «своего» среди «чужих»;

5. Функцию экономии времени: сленг помогает экономить время общения, используя различные сокращения, аббревиацию [Лаптева, 2012].

В заключение можно сказать, что молодежный сленг обладает 5 основными функциями: номинативной (более эмоциональные наименования для существующих явлений, а также новые наименования для слов несуществующих в литературном языке), когнитивной (слова, содержащие в себе дополнительную информацию, отсутствующую в стандартных обозначениях, характеризуется метафоричностью), экспрессивной (слова, выражающие определенное отношение говорящего к действительности), идентификационной (слова-пароли, используются для сокрытия темы беседы, а также, чтобы изолировать свою группу от других), функцией экономии времени (сокращения и аббревиации).

Реализация функций, которыми обладает молодежный сленг, может быть рассмотрена на примере видео-блогов.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Изучив основную теоретико-методологическую базу нашего исследования, мы пришли к следующим выводам. Дискурс – это сложное явление, не имеющее четких границ. Существует множество подходов к определению данного явления, т.к. каждый исследователь старается всё более четко и полно описать это понятие. В нашем исследовании мы понимаем, вслед за В.И. Карасиком, дискурс, как текст, погруженный в ситуацию общения.

В составе дискурса можно выделить виды и жанры. Один из видов дискурса – это Интернет-дискурс. Данный вид дискурса вошел в лингвистику совсем недавно, поэтому ученые расходятся в его номинации, отождествляя с ним такие понятия, как «компьютерный дискурс», «электронный дискурс», «виртуальный дискурс», которые при сравнении оказываются совершенно разными. В данной работе мы, вслед за О.В. Лутовиной, определяем «Интернет-дискурс» как общение в глобальной сети Интернет. А также относим данный вид дискурса к одному из видов виртуального дискурса.

Интернет-дискурс имеет свои жанры, одним из которых является «блог». Самая популярная форма блога на сегодняшний день – это видеоблог, в котором основным средством передачи информации является не веб-страница с текстом, а видео. В своих видеороликах видео-блогеры используют сленг как способ выделиться и сделать свою речь более яркой и современной. Именно экспрессивность, которой наделен сленг, приводит к образованию проблемы взаимозаменяемости таких понятий, как арго, сленг и жаргон. Есть две точки зрения на данную проблему: одни ученые склоняются к тому, что сленг – это некая разновидность жаргона, которая также включает в себя арго, другие же придерживаются мнения о том, что сленг – это совершенно отличное от жаргона/арго явление, которое обладает множеством отличных от них характеристик.

Понятие сленг часто отождествляется с понятием «молодежный сленг», потому что основная категория людей, использующая сленг – это молодежь. В нашем исследовании, вслед за Й. Андроцопулосом, мы понимаем молодежный сленг, как совокупность нестандартных речевых моделей, которые даже внутри возможной большой группы молодежи указывают на определённое социокультурное распределение. Молодежный сленг обладает следующими функциями: номинативной, когнитивной, экспрессивной, идентификационной, функцией экономии времени. Функционирование молодежного сленга мы рассмотрим на материале английских и немецких видео-блогов.

ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ВИДЕО-БЛОГАХ

2.1. Функционирование молодежного сленга в англоязычных видео-блогах

Функции, которыми обладает молодежный сленг, могут быть применены к анализу конкретных ситуаций, в которых используется сленг. В этом отношении особый интерес представляют YouTube видео-блоги. Большинство пользователей YouTube – это молодежь, следовательно, в видео-роликах можно найти примеры использования молодежного сленга, выявить новые сленгизмы, не вошедшие в словари, и проанализировать функции, которые они выполняют. Всего в проанализированных видео-блогах было выявлено 109 сленгизмов. Данные сленгизмы выполняют следующие функции: 1) Экспрессивная функция (43 случая), 2) Номинативная функция (31 случай), 3) Когнитивная функция (21 случай), 4) Функция экономии времени (14 случаев), 5) Идентификационная функция (1 случай).

Далее рассмотрим реализацию каждой функции. В ходе проведенного исследования мы пришли к выводу, что когнитивная функция реализуется с помощью следующих языковых средств: 1) вульгаризмов: *turnt*; 2) прилагательных, которые в условиях молодежного сленга приобретают дополнительное значение «крутой, идеальный, классный»: *sick, snatched, on fleek, on point, savage, slay, aesthetic, vibe, insane*; 3) существительных и прилагательных, имеющих дополнительное позитивное значение, отсутствующее в стандартных обозначениях: *buff, ripped, gassed, live*; 4) существительных и прилагательных, обладающих дополнительным негативным значением в сленге: *extra, hooked on, waste, shook, salty, to be beat, rip off*.

Далее рассмотрим на примере англоязычных видео-блогов несколько иллюстраций реализации когнитивной функции молодежного сленга.

Пример 1. Пример взят из видео-блога Andrew Quo. Блогер рассказывает о том, как он с друзьями ходил в кино. Все делятся своими впечатлениями, один из друзей видео-блогера восторженно рассказывает о сюжете и не скрывает своих радостных эмоций от просмотра. Видео-блогер отмечает, что Люк, самый большой фанат комиксов Марвел из всех людей, кого он знает: «*Luke – is probably the biggest Marvel buff that I know*». Существительное **buff** в словаре английского сленга определяется как «энтузиаст, знаток, поклонник»: «*an enthusiast, expert or aficionado*» [Throne, 2007: 66]. В данном предложении слово *buff* используется вместо существительного *fan*, которое в онлайн-словаре Cambridge определяется как «человек, который восхищается и поддерживает известную личность, спорт, тип музыки и т.д.»: «*someone who admires and supports a famous person, sport, type of music, etc*» [Cambridge Online Dictionary]. *Buff* несет дополнительное значение: говорящий подчеркивает, что его друг не просто увлечен данной темой, но является экспертом в этой области.

Пример 2. Следующий пример взят из видео-блога Gabriel Conte, в котором он рассказывает о своём новом проекте, над которым сейчас идет работа и который он скоро собирается представить публике. Блогер уверен, что проект придется по душе его фанатам, так как это будет что-то крутое: «*Our new project, that we're working on, is going to be sick! Guys, you will love it*». Чтобы подчеркнуть то, что проект будет невероятным, блогер использует прилагательное **sick**. В литературном языке данное прилагательное имеет значение «больной»: *not well or healthy* [Cambridge Online Dictionary]. В молодежном сленге данное прилагательное приобретает другое значение: *an adjective similar to cool referring to something that is either great or completely wrong* (что-то очень крутое или совершенно ужасное) [Urban Dictionary]. В анализируемом отрывке прилагательное **sick** употребляется говорящим в положительном значении и используется в качестве синонима к прилагательному *cool* (круто), давая слушающему понять, что проект будет замечательным. Замена прилагательного *cool* на прилагательное *sick* служит

примером когнитивной функции, а эмоциональность, которую добавляет данное прилагательное в высказывание, является иллюстрацией экспрессивной функции. Таким образом можно сделать вывод, что все функции, которые выполняет молодежный сленг, тесно связаны друг с другом.

Рассмотрим далее примеры, иллюстрирующие репрезентацию экспрессивной функции молодежного сленга в англоязычных видео-блогах. В ходе анализа было выявлено, что экспрессивная функция репрезентируется следующими языковыми средствами: 1) прилагательными со значением «круто, классно» (11): *cool, sick, ace, savage, vibe, aesthetic, swag, insane, snatched, fleek, lame*; 2) восклицаниями, имеющими в своем составе лексические единицы с семантикой удивления и восторга (8): *AF!, yeet!, holy crap, the heck!, It's lit! I'm amped, hell yes!, what the duce!*; 3) фразами, имеющими в своем составе лексические единицы со значением «волноваться, паниковать, сходить с ума» (3): *freak out, crack up, wreck*; 4) усилительными прилагательными и суффиксами, используемые с целью сделать положительные или отрицательные высказывания более эмоциональными (7): *freaking, fucking, bloody, bleeding, goddamned, damn, -tastic (fan-fucking-tastic, frattastic,)*; 5) существительными со значением «бред, чушь» (3): *tosh, bullshit, trash*; 6) вульгаризмами со значением «ужасно, плохо» (6): *sucks, crap, lame, piss*; 7) прилагательными с семантикой огорчения и разочарования (5): *bumped out, in a funk, damn it, screw it, fuck up*.

Далее рассмотрим на конкретных примерах, как реализуется экспрессивная функция в англоязычных видео-блогах.

Пример 1. Данный пример реализации экспрессивной функции молодежного сленга взят из видео-блога JackoBrazier: «*We're going to Cody and Josh's house and meeting them, like for desserts and stuff, and hanging out there, so it's gonna be LIT!*!». Видео-блогер приехал в г. Лос-Анджелес, чтобы навестить своих старых друзей. В данном отрывке он, завершая видеодневник, рассказывает о том, чем они будут заняты завтра в г. Лос-

Анджелесе. Он с другом собирается навестить друзей и очень ждет этого события, это должно быть что-то увлекательное и интересное. На данный факт указывает выражение *it's lit*, которое употребляет видео-блогер. Данное выражение является синонимом фразы *to be on fire*, определяемое в словаре Ричарда Спирса «*American Slang and Colloquial Expressions*» (с пометкой *modifier* – обстоятельство), как «*doing very well; very enthusiastic*» [Spears, 2000: 292]. Оно используется в ситуациях, когда человек очень рад чему-то, увлечен чем-то или когда ситуация, в которой он находится, очень воодушевляющая. Так как сленговым единицам свойственна кратковременность, некоторые из них появляются и исчезают из употребления, некоторые же заменяются другими, новыми сленгизмами. Выражение *it's lit* – это сленгизм, недавно вошедший в лексикон молодежи, заменив тем самым фразу *to be on fire*. В онлайн-словаре английского сленга *Urbandictionary* фраза *it's lit* («это огонь!») определяется, как выражение, которое человек выкрикивает, когда ему весело, обычно в кругу друзей: «*A saying that you yell when you are having fun; typically with a group of friends*». В исследуемом предложении говорящий с помощью данного выражения подчеркивает свою радость и восторг от предстоящих событий.

Пример 2. Данный пример взят из видео-блога Colby Brock: «*I'm gonna talk about something one week or do a challenge one week, I'm going to do that because it's MY YouTube channel. Holy crap, that feels so weird to say*». Блогер снимает своё первое видео на канале, он рассказывает подписчикам, какие видео он собирается снимать и что им стоит ожидать в будущем на его канале. Так как это его первое видео и его первый созданный видео-блог на YouTube, ему непривычно говорить фразу «мой канал», поэтому он использует выражение **holy crap**, которое в онлайн-словаре *Urbandictionary* определяется, как фраза, используемая для выражения чего-то невероятного или шокирующего: «*a phrase used to suggest that something is unbelievable or shocking*» [Urban Dictionary]. В данном предложении видео-блогер удивлен тем фактом, что он действительно начал свой собственный видео-блог.

Перейдем к рассмотрению реализации номинативной функции молодежного сленга. Как показал анализ, данная функция репрезентируется следующими языковыми средствами: 1) вульгаризмами *pissed, piss off, fuck off screw around, screw up*; 2) глаголами и существительными, имеющими аналоги в литературном языке, но обладающими более грубым или более эмоциональным значением (10): *to freak out, freak-outs, muck around, , chill out, mug, nutty*; 3) фразами со значением «как дела» (4): *what's good, what's up, what's cooking, how ya going*; 4) существительными, образованными от слов из литературного языка и обозначающими специфические явления (10): *stan (stalker+fan), looker, zero chill, juju, askhole, foodie, hangry, adogable, geekable*; 5) существительными имеющими аналоги в литературном языке (6): *geek (nerd), gal, breezy (girlfriend), feen (addict), joe (coffee), in a huff (bad mood)*.

Рассмотрим реализацию номинативной функции на конкретных примерах.

Пример 1. Данный пример взят из видео-блога Gabriel Conte. В видеоролике блогер вместе с друзьями отправляется в ресторан. По пути туда, на улице, они видят деревья, украшенные множеством гирлянд, которые светят словно золото. В центре этой красивой инсталляции стоит огромная новогодняя ёлка. Видео-блогер, описывая всё увиденное, обращается к своей девушке, которая ошеломленно смотрит на ёлку. Описывая её состояние, а вернее уточняя, всё ли в порядке, блогер использует выражение **to freak out**. «*Babe, look at these lights, oh God, look how big is this Christmas tree! Babe? Are you **freaking out**?*» В словаре английского сленга Urban Dictionary данный глагол определяется как «быть очень взволнованным, эмоциональным»: «*to be very excited or emotional*» [Urban Dictionary]. Глагол *to be excited* в молодежном сленге заменяется на глагол **to freak out**, потому как он более точно описывает ситуацию. С помощью глагола *to freak out* говорящий в данном примере дает слушающему понять, что ситуация не просто увлекла человека, а взволновала настолько, что он лишился слов.

Пример 2. Данный пример взят из видео-блога Gabriel Conte. «*What is good guys, what's good youtube, we're going to the studio today*». Выражение **what's good?** служит ещё одним примером реализации номинативной функции молодежного сленга. Данная фраза определяется как «привет, как дела?»: «*interrog. Hello, how are you?*» [Spears, 2000: 463]. Фраза *how are you?* в сленге заменяется выражением *what's good?*, что является примером номинативной функции. Данная фраза приобретает дополнительное положительное значение, благодаря употреблению прилагательного *good* и является примером реализации экспрессивной функции.

Далее рассмотрим реализацию функции экономии времени. Реализация функции экономии времени выполняется за счет следующих языковых средств: 1) использования сокращений фраз и выражений из литературного языка (13): *sup, gonna, gotta, wanna, dunno, ain't, sis, bro, dm (direct message), obvi, bae, insta, lil*; 2) сокращения названий национальностей: *Aussi*.

Рассмотрим примеры реализации данной функции.

Пример 1. Данный пример взят из видео блога Jacko Brazier, в котором он использует фразу «**Sup, guys!**», как приветствие в начале каждого своего видео-ролика. Слово «**Sup**» является сокращением от фразы *What is up?* и используется с целью экономии времени высказывания.

Пример 2. Сокращение выражения «*Going to*» – собираться что-либо делать – до фразы «**gonna**» используется с той же целью, что и предыдущее выражение: для экономии времени общения. Данный сленгизм используется во всех рассмотренных нами видео-блогах.

Перейдем к рассмотрению реализации идентификационной функции. Суть идентификационной функции состоит в том, что сленг является своего рода паролем, позволяющим отличить «своего» от «чужих», он помогает устанавливать и поддерживать контакты между людьми своего круга. В ходе разговора говорящий сигнализирует о себе, о своих интересах, роде деятельности. Более того можно сделать предположение о происхождении

человека, если он использует диалектные слова или слова, характерные для определённой местности. Англоязычные видео-блоги, которые мы анализировали в нашем исследовании, не относятся к какой-либо узкой тематике. Видео-блогеры, чьи ролики мы анализировали, также не принадлежат к какой-либо субкультуре, вследствие этого, нам удалось выявить лишь один пример реализации идентификационной функции. Средством реализации данной функции является существительное, используемое в Австралии как обращение, со значением «друг, приятель»: **mate**.

Фразу «*How is it going, mate?*» употребляет Jacko Brazier – видео-блогер из Австралии, когда приезжает в Америку к своему другу. Гуляя по улице, видео-блогер обращается к прохожему, называя его *mate*. Прохожий сразу спрашивает блогера, не из Австралии ли он. В *Urbandictionary* существительное *mate* определяется как слово, обозначающее «друга», используемое в Австралии и менее употребляемое в Новой Зеландии: «*Word describing a friend, recognisably Australian though also used in New Zealand*». Таким образом, употребляя данную фразу в Америке, видео-блогер использует её как слово-идентификатор, с помощью которого люди могут узнать его происхождение.

Подводя итог, можно сделать вывод, что самой реализуемой функцией в английской лингвокультуре является функция экспрессивная. Это связано с тем, что сленг используется прежде всего для передачи определенного эмоционального отношения говорящего к какому-либо явлению. Функция экономии времени и идентификационная функция не относятся к часто реализуемым. Это можно объяснить тем, что функция экономии времени свойственна, прежде всего, письменной речи, а сленгизмы, репрезентирующие идентификационную функцию, употребляются в определенных субкультурах, в которых говорящие имеют цель скрыть значение того или иного слова, чтобы отличить «своего» от «чужого».

2.2. Функционирование молодежного сленга в немецкоязычных видео-блогах

Рассмотрев примеры функционирования молодежного сленга в англоязычных видео-блогах, перейдем к анализу немецкоязычных видео-блогов. Всего в проанализированных видео-блогах было выявлено 98 сленгизмов. Данные сленгизмы выполняют следующие функции: 1) Экспрессивная функция (44 случая), 2) Номинативная функция (31 случай), 3) Функция экономии времени (12 случаев), 4) Когнитивная функция (6 случаев), 5) Идентификационная функция (5 случаев).

Далее рассмотрим реализацию каждой функции. В ходе проведенного анализа мы пришли к выводу, что когнитивная функция реализуется с помощью следующих языковых средств: 1) прилагательных и существительных, имеющих дополнительное негативное значение в сленге (3): *räudig, der Pfosten, angedickt*; 2) существительных, используемых для описания человека, приобретающих дополнительное положительное значение (1): *der Lotter*; 3) глаголы и существительные, несущие в себе дополнительное значение и обладающие высокой степенью метафоричности (2): *kirscheln, der Tintling*.

Рассмотрим реализацию данной функции на конкретных примерах.

Пример 1. Взят из видео-блога Melina Sophi. Девушка рассказывает о вечеринке, которую они посетили со своими друзьями. Однако, ей совершенно не понравилась атмосфера и музыка. Рассказывая об этом зрителям видео-блогер употребляет прилагательное **räudig**: «Die Party war total **räudig!**». В словаре немецкого сленга данное прилагательное определяется как синоним выражению «всё плохо»: «*ein Synonym für alles Schlechte*» [Das Deutsche Slang Online Wörterbuch]. В то время, как в литературном языке оно имеет значение «грязный, неухоженный»: «*Dreckig, unsauber, ungepflegt*» [Duden Online-Wörterbuch]. Таким образом, в сленге прилагательное *räudig* приобретает дополнительное значение «всё плохо».

Пример 2. Следующий пример взят из видео-блога Dagi Bee. В рассматриваемом видео-ролике блогер вместе с друзьями посещает различные магазины. В то время как девушка рассказывала зрителям, что она собирается купить и какие вещи она считает стильными, друзья, стоящие позади нее, обнимались. Заметив это, видео-блогер прокомментировала это выражением «*Schau mal, diese zwei **kirscheln** in meinem Vlog!*». В словаре немецкого сленга глагол **kirscheln** определяется как синоним глаголу «обниматься»: «*ein Synonym für: umarmen, wie zwei Kirschen zusammenhängen*» [Die Sprachnudel: Das Wörterbuch der Jetztsprache]. Данная лексема обладает высокой степенью метафоричности, что указывает на то, что глагол *kirscheln* репрезентирует когнитивную функцию молодежного сленга. Глагол образован от существительного *die Kirsche* – ягоды вишни. Говорящий использует метафорический перенос значения слова, выделяя наиболее важные признаки называемого объекта: ягоды вишни сплетаются вместе как влюбленные.

Рассмотрим далее реализацию номинативной функции. В немецкоязычных видео-блогах номинативная функция репрезентируется с помощью следующих языковых средств: 1) выражений «привет/как дела» (3): *was geht ab, jo?, na?*; 2) существительных, прилагательных и глаголов, образованных от слов в литературном языке (4): *Joonges, verchecken, Lobies, angemüdet*; 3) существительных, у которых понятия были сужены или изменены (3): *Bock haben, abzicken, etwas versauen*; 4) заимствований из итальянского языка со значением «привет» (1): *Ciao*; 5) заимствований из английского (13): *Message, Looser, Allround-Laie, Hottie, bae, jepp, facepost*; 6) новых слов, в основе которых лежат заимствованные из английского слова или корни, но данные слова являются «онемеченные» т.е. приобрели признаки немецкого языка: *chillen, abcoolen, Googleschreiber, snacken*; 7) обращений, заимствованных из турецкого языка со значением «приятель» (2): *Moruk, Lan*; 8) фамильярных или более эмоциональных глаголов, для которых уже существуют обозначения в литературном языке (5): *bläke, zoffen, gaffen*,

besoffen, tucken; 9) понятий, для которых не существует слов в литературном языке (1): *abfatzen*.

Пример 1. Рассмотрим реализацию номинативной функции молодежного сленга на примере видео-блога Melina Sophi. Выбранное для просмотра видео является видео-дневником девушки, в котором она показывает свою новую квартиру и встречает пришедших в гости друзей. В анализируемом отрывке видео-блогер открывает дверь для пришедшего повидать её друга и приветствует его: «*Hallo, komm herein, was geht ab?*». Номинативная функция в данном примере реализуется с помощью выражения *was geht ab?* Данный вопрос является типичным началом разговора среди молодых людей и представляет собой вопрос, который задают, когда хотят узнать, что нового происходит у кого-то. Он заменяет существующее в литературном языке выражение *Wie geht es?* Однако, в молодежном сленге эта фраза используется в качестве приветствия, не требует ответа и означает: «*Hallo!*» [Das Deutsche Slang Online Wörterbuch].

Пример 2. Взята из видео-блога Melina Sophi. В данном видео-ролике девушка вместе с подругой делает покупки в IKEA. Они провели весь день, рассматривая различные предметы для дома и подбирая подходящую для их квартиры мебель. В конце дня видео-блогер была очень уставшая и у неё не было сил готовить ужин. Выражение *Bock haben* является примером реализации номинативной функции: «*Ich bin so ermüdet und ich habe keinen Bock zu kochen*». В словаре немецкого сленга данная фраза определяется, как «иметь желание что-либо делать»: «*Lust haben*» [Die Sprachnudel: Das Wörterbuch der Jetsprache]. Она заменяет существующий в литературном языке глагол «*wünschen*» и является примером реализации номинативной функции.

Перейдем к рассмотрению реализации экспрессивной функции. Реализация экспрессивной функции в немецкоязычных видео-блогах выполняется за счет использования следующих языковых средств: 1) прилагательных и наречий с приставками со значением «очень, сильно, в

высшей степени» (*sau-, über-, mega-, voll-, super-, arsch-*): *saugeil, überkrass, saukalt, arschwindig*; 2) прилагательных в превосходной степени (2): *megageilst-, coolst-*; 3) прилагательных и существительных со значением «круто, офигенно» (7): *krass, crassus, geil, hammer, der Knaller, laser, dufte*; 4) фраз, используемых для выражения восторга: *ich feier es jedes Mal! Alles Geile! fetzig, Gönn dir!*; 5) выражений с семантикой огорчения и разочарования: *im Arsch, arschwindig, heftig, grottenschlecht, antigeil*; 6) заимствованных из английского языка лексем: *cool, exciting, party, strange, awful, amazing, epic, lollig, borös, funky*; 7) фраз со значением «сходить с ума» (2): *durch sein, beklopp*; 8) усилительных наречий: *richtig*; 8) прилагательных со значением «глупый, скучный» (3): *assig, bescheuert, dösig*.

Далее проиллюстрируем репрезентацию данной функции конкретными примерами.

Пример 1. Первый пример взят из видео-блога Sarazar. «*Diese Leute sind alle von verschiedenen Städten gefahren. Es ist richtig geil. Wir sind hier in New York mit vielen Leuten auf Community und es ist saugeil mit diesen Leuten zu arbeiten*». Данный видеоролик является рекламой авиакомпании Airberlin, конкретно акции, проводившейся в августе 2015 года. Авиакомпания предоставляет автобус, который в определенный день собирает попутчиков по городу. Счастливики, попавшие в автобус, могут выбрать одно из пяти направлений для своего путешествия: Нью Йорк, Копенгаген, Рим, Вена или Абу-Даби, получить бесплатные билеты в место назначения и обратно. Видео-блогер Sarazar – ведущий проекта, он сообщает обо всем, что происходит в автобусе и во время путешествия. Экспрессивная функция в данном примере иллюстрируется посредством наречия *saugeil*. В онлайн-словаре немецкого сленга приставка *sau-* имеет значение «*sehr*» – очень, в то время как *geil* определяется как «*toll (круто)*» [Das Deutsche Slang Online Wörterbuch]. Ещё одно выражение, которое использует видео-блогер – это *richtig geil*. В словаре Duden *richtig* определяется как «*sehr; ausgesprochen*», *geil-* так же, как и в предыдущем примере, имеет значение «*toll*» [Das

Deutsche Slang Online Wörterbuch]. Видео-блогер использует данные выражения, чтобы выразить свой восторг от количества людей, приехавших из различных городов, чтобы поучаствовать в акции.

Пример 2. Ещё один пример реализации экспрессивной функции из видео-блога Sarazar. В анализируемом видео-ролике видео-блогер путешествует по городу Лос-Анджелес и осматривает различные достопримечательности. После этого Sarazar общается со своими друзьями, обмениваясь впечатлениями от всей поездки и экскурсии, а также посещения YouTube Space – одной из съемочных площадок для YouTube-блогеров. «*Youtube space in Los Angeles ist einfach **der Knaller***». *Der Knaller* в онлайн-словаре немецкого сленга имеет значение «etwas überraschend Gutes, das einen begeistert» [Sprachnudel]. В сленге данная единица обладает эмоциональным значением и описывает любой предмет или явление, как нечто захватывающее. В данном видео слово используется для выражения удивления и восторга блогера во время посещения площадки.

Перейдем к рассмотрению реализации идентификационной функции. Данная функция репрезентируется следующими языковыми средствами: 1) глаголами, используемыми среди геймеров (4): *abrippen u bashen, zocken, suchen*, 2) существительными, используемыми для сокрытия предмета разговора (1): *Wudi (Wodka)*.

Рассмотрим иллюстрации идентификационной функции.

Пример 1. Видеоролик на тему рецензий на видео-игры в видео-блоге Sarazar. «*Und ich würde niemals sagen, dass Destiny ein schlechtes Spiel ist. Es ist ein gutes Spiel, es macht auch eigentlich Spaß, aber als Let's Play ist es irgendwie ein bisschen fad, glaube ich. Deswegen werde ich noch ein paar Folgen **zocken**, aber es dann wahrscheinlich einstellen*». В данном примере видео-блогер рассказывает об игре под названием Destiny, делится своими впечатлениями от игры, дает советы и свою оценку. Sarazar употребляет лексему *zocken* в значении «играть в компьютерные игры»: «*Computerspiele*

spielen, gamen» [Sprachnudel]. Данный глагол используется среди геймеров, являясь неким сигналом, помогающим распознать «своего» среди «чужих».

Пример 2. Взят из блога Sarazar, в просмотренном видео-ролике блогер делится своими мыслями по поводу новых видео-игр. Каждую неделю видео-блогер рассказывает о 5 видео-играх, в которые ему больше всего понравилось играть за прошедшую неделю. Он говорит: «*Mario Kart hab ich extremst gesucht*». В игру Mario Kart видео-блогер играл больше всего, глагол **suchten** в словаре немецкого сленга имеет значение: «*übermäßig langes Zocken am Stück genutzt werden*» [Die Sprachnudel: Das Wörterbuch der Jetztsprache]. Таким образом, видео-блогер, играя в данную игру, потратил большое количество времени, это дает слушающему понять, что игра является очень интересной.

Рассмотрим далее реализацию функции экономии времени. В немецкой лингвокультуре данная функция реализуется посредством использования следующих языковых средств: 1) сокращений для национальностей (1): *Ami*; 2) сокращений фраз «как дела?» (1): *was geht?*; 3) сокращений глаголов и существительных из литературного языка (5): *funzen (funktionieren), Poli (Polizei), Proggi (Programm), telen (telefonieren), Fussi (Fußball)*; 4) сокращений грамматических конструкций и широко употребляемых выражений (5): *Lassma (Lasst uns mal), Musstu (Du musst), aso (ach so), isso (das ist so), auf keinsten (auf keinen Fall)*.

Рассмотрим иллюстрации реализации функции экономии времени на конкретных примерах.

Пример 1. Вопрос *Was geht ab?* является типичным началом разговора среди молодых людей, в молодежном сленге данный вопрос заменяет существующее в литературном языке выражение *Wie geht es?* Более того, фраза *Was geht ab?* в молодежном сленге часто сокращается до выражения *Was geht?*, с целью сократить время высказывания. Согласно словарю немецкого сленга этот вопрос используется как приветствие, не требует ответа и означает «*Hallo*» [Das Deutsche Slang Online Wörterbuch].

Пример 2. Взят из видео-блога LionTV. В анализируемом видеоролике блогер встречает своего друга американца. Приветствуя его, видео-блогер использует фразу: «Hey, mein **Ami** Freund, **was geht?**» Слово **Ami** в данном примере является сокращением от существительного **Amerikaner**: «Abkürzung für **Amerikaner**» [Das Deutsche Slang Online Wörterbuch]. Используя данное сокращение, говорящий экономит время высказывания.

Подводя итог, можно сделать вывод, что также, как и в английской лингвокультуре, экспрессивная функция молодежного сленга в немецкой лингвокультуре является наиболее реализуемой. Идентификационная функция реализуется в речи определенной группы людей, например, геймеров, чтобы изолировать свою группу от остальных. Однако, в нашем исследовании мы не анализировали видео-блоги узкой тематики, вследствие этого, нами было выявлено лишь 5 примеров реализации данной функции.

Использование большого числа англицизмов в молодежном сленге, может объясняться тем, что наличие заимствованных из английского языка лексем в речи позволяет сделать высказывание оригинальным, добавляет экспрессивности, создает эффект новизны и необычности.

2.3. Сравнительный анализ реализации функций молодежного сленга в англоязычных и немецкоязычных видео-блогах

Для того чтобы выявить сходства и различия в функционировании молодежного сленга в английских и немецких видео-блогах, проведем сравнительный анализ результатов нашего исследования. В ходе проведенного анализа мы пришли к выводу, что сленгизмы в английской и немецкой лингвокультурах выполняют следующие функции: номинативную, когнитивную, экспрессивную, идентификационную, функцию экономии времени.

Сравним способы реализации когнитивной функции молодежного сленга в видео-блогах. Как в английской, так и в немецкой лингвокультурах

когнитивная функция репрезентируется с помощью лексем, которые приобретают дополнительное значение, отсутствующее в стандартных обозначениях. Семантика таких слов может быть, как отрицательной, так и положительной. В английской лингвокультуре, когнитивная функция реализуется с помощью существительных (*buff*) и прилагательных (*ripped, gassed, live*), имеющих положительное значение, а в немецкой лингвокультуре с помощью существительных (*der Lotter, der Tintling*) и глаголов (*kirscheln*), имеющих положительное значение. Более того, глагол *kirscheln* обладает высокой степенью метафоричности. Сленгизмы с негативным значением в английской лингвокультуре являются прилагательными (*extra, hooked on, waste, shook, salty, to be beat*) и существительными (*rip off*), которые используются для описания негативных характеристик человека или предмета, а также с целью оскорбить человека. В немецкой лингвокультуре для выражения негативного отношения к ситуации используются прилагательное *räudig*, а существительное *der Pfosten* и прилагательное *angedickt* используются как оскорбления. В англоязычной лингвокультуре когнитивная функция реализуется посредством употребления вульгаризмов (*turnt*), однако, это не свойственно немецкой лингвокультуре.

Далее сравним репрезентацию номинативной функции в англоязычных и немецкоязычных видео-блогах.

Как показал анализ, данная функция в английской лингвокультуре репрезентируется глаголами (*to freak out = go crazy, pissed = drunk, piss off, fuck off = go away, muck around, screw around = waste time, chill out = relax, mug = face, nutty = crazy*) и существительными (*freak-outs = spell of behavior*), имеющими аналог в литературном языке, но обладающими более грубым (вульгарным) или более эмоциональным значением. Для немецкой лингвокультуры также характерно употребление более эмоциональных глаголов, для которых уже существуют обозначения в литературном языке: *bläken (schreien), zoffen (streiten), gaffen (aufdringlich gucken) besoffen*

(*betrunkен*), *mucken* (*beleidigen*). Фразы со значением «как дела» широко употребимы как в англоязычной (*what's good, what's up, what's cooking, how ya going*), так и в немецкоязычной лингвокультурах (*was geht ab, jo?, na?*). Номинативная функция реализуется за счет использования понятий, для которых не существует слов в литературном языке. Так, например, в немецкой лингвокультуре – это слово *abfatzen* (*aus einer unangenehmen Situation verschwinden*). В английской лингвокультуре для описания новых явлений используются существительные, образованные от уже существующих литературном языке слов: *stan* (*a stalker + a fan*), *looker* (*look + er*), *zero chill* (*zero + to chill*), *askhole* (*to ask + an asshole*), *foodie* (*food + ie*), *hangry* (*hungry + angry*), *adogable* (*adorable + a dog*), *geekable* (*a geek + able*). Можно предположить, что в немецкой лингвокультуре, образовывая новые существительные, прилагательные и глаголы от старых слов литературного языка, говорящий придаёт высказыванию новизну: *Joonges, verchecken, Lobies, angemüdet*. Как в английской, так и в немецкой лингвокультурах, номинативная функция репрезентируется с помощью существительных, у которых понятия были сужены или изменены (английский молодежный сленг: *geek* (*nerd*), *gal*, *breezy* (*girlfriend*), *feen* (*addict*), *joe* (*coffee*), *in a huff* (*bad mood*). Немецкий молодежный сленг: *Bock haben* (*Lust haben*), *abzicken* (*jemanden auf die Nerven gehen*), *etwas versauen* (*jemandem etwas kaputt machen*). Для английской лингвокультуры не характерно употребление заимствований, в то время, как в немецкой лингвокультуре употребляются заимствования из итальянского языка со значением «привет»: *Ciao*; обращения, заимствованные из турецкого языка со значением «приятель»: *Moruk, Lan*; заимствования из английского языка, к ним относятся: глаголы (*chillen*), слова компьютерной тематики (*Message, Googleschreiber, facepost*), существительные, используемые для описания людей (*Looser, Allround-Laie, bae, Hottie*), восклицания (*jepp*). Некоторые глаголы образуются от заимствованных слов из английского языка, с помощью добавления суффиксов и приставок из немецкого языка: *abcoolen, snacken*.

Сравним примеры реализации экспрессивной функции в англоязычных и немецкоязычных видео-блогах. В ходе анализа было выявлено, что экспрессивная функция в англоязычной и немецкоязычной лингвокультурах репрезентируется следующими языковыми средствами: 1) прилагательными и существительными со значением «круто, классно»: в английской лингвокультуре: *cool, sick, ace, savage, vibe, aesthetic, swag, insane, snatched, fleek, lame*; в немецкой лингвокультуре: *krass, crassus, geil, hammer, der Knaller, laser, dufte*; 2) восклицаниями, имеющими в своем составе лексические единицы с семантикой удивления и восторга. В английской лингвокультуре: *AF!, yeet!, holy crap, the heck!, It's lit! I'm amped, hell yes!, what the duce!*; в немецкой лингвокультуре: *ich feier es jedes Mal! Alles Geile! fetzig, Gönn dir!*; 3) фразами, имеющими в своем составе лексические единицы со значением «волноваться, паниковать, сходить с ума»: в английской лингвокультуре: *freak out, crack up, wreck*; в немецкой лингвокультуре: *durch sein, beklopp*; 4) выражениями с семантикой разочарования, огорчения (*bummed out, in a funk, damn it, screw it, fuck up; im Arsch, arschwindig, heftig, grottenschlecht, antigeil*), а также существительными и прилагательными с негативным значением (со значением «бред» для английской лингвокультуры: *tosh, bullshit, trash*; со значением «скучный, неинтересный» для немецкой лингвокультуры: *assig, bescheuert, dösig*).

В английской лингвокультуре экспрессивная функция реализуется с помощью усилительных прилагательных (*freaking, fucking, bloody, bleeding, goddamned, damn*) и суффиксов (*-tastic (fan-fucking-tastic, frattastic)*), используемых с целью сделать положительные или отрицательные высказывания более эмоциональными. В немецкой лингвокультуре используются усилительные наречия (*richtig*) и приставки (*sau-, über-, mega-, voll-, super-, arsch-*): *saugeil, überkrass, saukalt, arschwindig*. Более того, в немецкой лингвокультуре используются прилагательные в превосходной степени (*megageilst-, coolest-*), что не свойственно английской лингвокультуре.

Говоря об отличиях, следует отметить, что для английской лингвокультуры характерно употребление вульгаризмов (*sucks, crap, lame, piss*). В то время, как для немецкой лингвокультуры характерно употребление заимствованных из английского языка лексем: *cool, exciting, party, strange, awful, amazing, epic, lolliq, borös, funky*. Можно предположить, что наличие большого числа заимствованных из английского языка лексем в молодежном сленге связано с тем, что английская лексика позволяет говорящему сделать высказывание оригинальным, добавляет экспрессивности, создает эффект новизны и необычности.

Анализ нашего исследования показал, что реализация функции экономии времени в английской и немецкой лингвокультурах выполняется за счет использования сокращений фраз и выражений из литературного языка: выражений «как дела»: в английской лингвокультуре: *sup*, в немецкой лингвокультуре: *was geht*; сокращения существительных: *insta (instagram), sis (sister), bro (brother), dm (direct message), bae (before anyone else)*, в английской лингвокультуре и *Poli (Polizei), Proggi (Programm), Fussi(Fussball)* в немецкой лингвокультуре; сокращения глаголов и прилагательных в английской лингвокультуре: *obvi (obvious), lil (little)*; в немецкой лингвокультуре: *funzen (funktionieren), telen(telefonieren)*; сокращения грамматических конструкций и широко употребляемых выражений в английской лингвокультуре: *gonna, gotta, wanna, dunno, ain't, bae*; и в немецкой лингвокультуре: *Lassma, Musstu, aso, isso, auf keinsten*. А также сокращения названий национальностей: *Aussi, Ami*.

Последней функцией молодежного сленга, выявленной нами в ходе исследования, является идентификационная. Идентификационная функция в англоязычных видео-блогах реализуется посредством существительного, используемого в Австралии как обращение, широко употребляемое среди мужчин – *mate*. В немецкоязычных видео-блогах данную функцию репрезентируют глаголы, используемые среди геймеров: *abrippen u bashen (besiegen), zocken (Computer Spiele spielen), suchten (übermäßig langes Zocken*

am Stück genutzt werden), существительные, используемые для сокрытия предмета разговора (*Wudi (Wodka)*). Идентификационную функцию реализуют слова, служащие «паролем» для говорящих, который помогает отличить «своих» от «чужих». Чаще всего сленгизмы, выполняющие данную функцию, употребляются среди определенных молодёжных субкультур. В анализируемых нами немецкоязычных видео-блогах была представлена только одна субкультура – геймеры – представленная в видео-блоге Sarazar. Однако, нами было просмотрено лишь 2 видео-ролика на данную тематику, вследствие чего для анализа было выявлено только 4 сленгизма. В просмотренных нами англоязычных видео-блогах молодёжных субкультур выявлено не было.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В ходе исследования мы пришли к выводу, что самой часто реализуемой функцией молодежного сленга является экспрессивная функция (43 случая реализации в англоязычных видео-блогах и 44 – в немецкоязычных). Данная функция реализуется во всех проанализированных видео-блогах. Это может объясняться тем, что сленг не только обозначает какие-то явления, но более того он выражает определённое отношение к ним – нейтральное, положительное, пренебрежительное и т.д. Проведенный анализ показал, что использование аффиксов для усиления эмоциональности нехарактерно для английской лингвокультуры (лишь один пример использования суффикса –tastic), но широко распространено в немецкой лингвокультуре (12 примеров с использованием приставок sau-, über-, mega-, voll-, super-, arsch-).

Мы также пришли к выводу, что номинативная функция часто реализуется в английской и немецкой лингвокультурах (31 случай реализации как в английских, так и в немецких видео-блогах). Данная функция реализуется посредством употребления лексических единиц, обладающих эмоциональным или вульгарным значением, а также фразы «как дела» и лексических единиц, образованных от уже существующих слов в литературном языке. В английском языке словосложение является наиболее используемым способом составления новых лексем, например, такие слова, как stan (stalker+fan), hangry (hungry+angry). Молодым людям нравятся образованные таким способом слова, это придает высказыванию оригинальности, т.к. такие языковые единицы не встретишь ни в одном словаре.

Немецкой лингвокультуре характерно употребление англицизмов (реализация номинативной и экспрессивной функций). Причину популярности англицизмов в речи молодежи можно объяснить тем, что говорящий, используя англицизмы (cool, snacken, exciting, chillen и т.д.),

именует уже имеющийся в стандартном языке объект, придает речи оригинальности. Можно предположить, что источником англицизмов являются популярные видео-клипы, музыка, журналы, телевизионные программы и т.п. Таким образом, использование англицизмов в кругу группы молодежи считается модным.

Как в английской, так и в немецкой лингвокультурах когнитивная функция (21 случай реализации в англоязычных и 6 случаев в немецкоязычных видео-блогах) репрезентируется с помощью лексем, которые приобретают дополнительное значение, отсутствующее в стандартных обозначениях. Семантика таких слов может быть как отрицательной, так и положительной. В английской лингвокультуре отрицательной семантикой обладают вульгаризмы (*turnt*), а положительной – существительное *buff* и прилагательные (*ripped*, *gassed*, *live*). В немецкой лингвокультуре отрицательное значение имеют уничижительные слова (*der Pfosten*), а положительное значение: существительные (*der Lotter*, *der Tintling*) и глагол *kirscheln*, обладающий высокой степенью метафоризации.

В ходе исследования было выявлено, что реализация функции экономии времени (14 случаев реализации в английской лингвокультуре и 12 случаев – в немецкой) в английской и немецкой лингвокультурах выполняется за счет использования сокращений фраз и выражений из литературного языка: выражений «как дела»: *sup*, *was geht*; сокращения существительных: *insta*, *sis*, *Poli*, *Proggi*; сокращения глаголов и прилагательных (*obvi*, *lil*, *funzen telen*); сокращения грамматических конструкций и широко употребляемых выражений (*gonna*, *gotta*, *aso*, *isso*). А также сокращения названий национальностей (*Aussi*, *Ami*).

Примеров репрезентации идентификационной функции в английской лингвокультуре – 1 (существительное, используемое в Австралии как обращение, широко употребляемое среди мужчин – *mate*), в немецкой – 5 (глаголы, используемые среди геймеров (*abrippen*, *bashen*, *zocken*, *suchten*), а также сокращённые существительные, используемые для сокрытия предмета

разговора (Wudi (Wodka)). Это связано с тем, что данную функцию иллюстрируют лексические единицы, употребляемые в определенных субкультурах (геймеры, хипстеры, панки и т.д.).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сленг – это явление, которое существует в любом языке. Можно констатировать, что при всей своей популярности сленг в настоящее время терминологической точностью не обладает. Исследователи не могут дать четкое определение данному понятию, так же как и прийти к единому мнению по поводу функций, выполняемых сленгом. Несмотря на это, опираясь на поставленные задачи, удалось выделить основные функции, которые выполняет сленг: номинативная, коммуникативная, когнитивная, экспрессивная, функция экономии времени, идентификационная функция.

На начальном этапе исследования было раскрыто понятие дискурса, который мы понимаем, как текст, погруженный в ситуацию общения. Рассмотрев различные классификации Интернет-дискурса, мы выявили, что Интернет-дискурс является одним из видов виртуального дискурса. Так как материалом исследования послужили видео-блоги, нам удалось дать определение данному явлению, посредством сопоставления характеристик блога и видео-блога, как жанров Интернет-дискурса. Видео-блог в нашем исследовании понимается, как блог, в котором основным средством передачи информации является не веб-страница с текстом, а видео.

Одна из проблем, с которой сталкиваются исследователи – это разграничение понятий жаргона и сленга. В нашем исследовании мы пришли к выводу, что основной причиной отождествления этих понятий является свойственная им экспрессивность. Не смотря на это, данные явления имеют множество различий: сленг менее мобилен; в отличие от жаргона основная функция сленга не конспиративная, а экспрессивная; термин «сленг» нейтрален, в то время как «жаргон» имеет отрицательное значение. В следствие чего, мы придерживаемся мнения о том, что сленг и жаргон не являются взаимозаменяемыми терминами. Наконец, изучив многочисленные подходы к пониманию и определению молодёжного сленга, мы выделили основные функции сленгизмов, к которым относятся: номинативная,

когнитивная, экспрессивная, идентификационная и функция экономии времени. Проанализировали данные функции, а также провели сравнительный анализ функционирования английского молодежного сленга и немецкого молодежного сленга на примере видео-блогов.

В английской лингвокультуре основными функциями являются:

Экспрессивная функция – выполняется за счет использования вульгаризмов; усилительных прилагательных; прилагательных со значением «круто, классно»; восклицаний с семантикой удивления или восторга; фраз со значением «волноваться, сходить с ума»; существительных со значением «бред, чушь»; прилагательных с семантикой огорчения;

Номинативная функция – репрезентируется следующими языковыми средствами: вульгаризмами; глаголами, существительными, имеющими аналоги в литературном языке, но обладающими более грубым значением; фразами со значением «как дела»; существительными образованными от слов из литературного языка и обозначающими специфические явления;

Когнитивная – репрезентируется вульгаризмами; прилагательными, которые в молодежном сленге приобретают значение «крутой, классный»; существительными и прилагательными, имеющими дополнительное позитивное значение, отсутствующее в стандартных обозначениях; существительными и прилагательными, обладающими дополнительным негативным значением;

Функция экономии времени – выполняется за счет сокращения фраз и выражений из литературного языка, сокращения названий национальностей;

Идентификационная функция – существительное, используемое в Австралии со значением «друг, приятель».

В немецкой лингвокультуре основные функции репрезентируются с помощью следующих языковых средств: Когнитивная функция с помощью прилагательных и существительных, имеющих дополнительное негативное значение в сленге; существительных, используемых для описания человека, приобретающих дополнительное положительное значение; глаголов и

существительных, несущих в себе дополнительное значение и обладающих высокой степенью метафоричности;

Экспрессивная функция с помощью прилагательных и наречий с приставками со значением «очень, сильно, в высшей степени»; прилагательных в превосходной степени; прилагательных и существительных со значением «круто, офигенно»; фраз, используемых для выражения восторга; выражений с семантикой огорчения и разочарования; заимствованных из английского языка лексем; фраз со значением «сходить с ума»; усилительных наречий; прилагательных со значением «глупый, скучный»;

Номинативная функция с помощью выражений «привет/как дела»; существительных, прилагательных и глаголов, образованных от слов в литературном языке; существительных, у которых понятия были сужены или изменены; заимствований из итальянского языка со значением «привет»; заимствований из английского; новых слов, в основе которых лежат заимствованные из английского слова или корни, но данные слова являются «онемеченные» т.е. приобрели признаки немецкого языка; обращений, заимствованных из турецкого языка со значением «приятель»; фамильярных или более эмоциональных глаголов, для которых уже существуют обозначения в литературном языке; понятий, для которых не существует слов в литературном языке;

Функция экономии времени с помощью с помощью сокращений для национальностей; сокращений фраз «как дела?»; сокращений глаголов и существительных из литературного языка; сокращений грамматических конструкций и широко употребляемых выражений;

Идентификационная функция глаголов, используемых среди геймеров и существительных, используемых для сокрытия предмета разговора.

В ходе анализа мы пришли к выводу, что функции, выполняемые молодежным сленгом, совпадают, как в английской, так и в немецкой

лингвокультурах, но различаются языковыми средствами, которые их репрезентируют.

Подводя итог, следует сказать, что сленг – это недостаточно изученное явление. Сленг постоянно пополняется и обновляется, следовательно, проблематика сленга очень широка. Настоящее исследование стремится внести вклад в изучение функционирования английского и немецкого молодежного сленга. Но мы считаем также актуальным выявление лексико-семантических, морфологических, стилистических особенностей репрезентации молодёжного сленга, что может быть продолжено в дальнейших исследованиях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова А.Г. Лингвистические особенности электронного общения [Электронный ресурс]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. М., 2005. URL: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 20.05.2016).
2. Антрушина Г.Б., Афанасьева О.В., Морозова Н.Н. English Lexicology. Лексикология английского языка: учебное пособие для студентов (на англ. яз.). М.: Дрофа, 2001. 288 с.
3. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Челябинск, 2005. 265 с.
4. Баженова Е.А., Иванова И.А. Блог как Интернет-жанр // Вестник Пермского университета. 2012. №4 (20). С. 125–131.
5. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: УРСС, 2002. 448 с.
6. Быков А.А. О современных онлайн-словарях немецкого молодёжного сленга // Вестник Брянского государственного университета. 2016. № 1 (27). С. 222–225.
7. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Астрахань, 2001. 212 с.
8. Горина Е.В. Дискурс интернета: определение понятия и методология исследования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 11-2 (41). С. 64–67.
9. Егошина Н.Б. О содержании понятия «сленг» в современной лингвистике // Личность. Культура. Общество. 2010. Т. XII. № 1 (53–54). С. 286–290.
10. Ефремова Е.Е. Специфические черты компьютерного дискурса: Материалы II международной научно-практической конференции / под ред. О.С. Саланиной. Барнаул: Алт. ун-т, 2010. С. 61–71.

11. Загоруйко И.Н. Интернет-дискурс в современном коммуникационном пространстве // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2012. Т. 18. № 3. С. 56–60.
12. Захарченко Т.Е. Английский и американский сленг. М.: АСТ, 2009. 133 с.
13. Захарченко Т.Е. Эквивалентная лексика в русском и английском сленге: системный, словообразовательный и функциональный аспекты: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Ростов-на-Дону, 2006. 463 с.
14. Зеленовская А.В. Жанры интернет-дискурса // Проблемы филологии, культурологии и искусствоведения в свете современных исследований. Материалы 5-й Международной научно-практической конференции. 2014а. С. 70–74.
15. Зеленовская А.В. Понятия «компьютерный дискурс», «интернет-дискурс», «виртуальный дискурс» // Язык и культура (Новосибирск). 2014б. № 12. С. 17–21.
16. Иванова Г.Р. Функции сленга в речевой деятельности американских студентов. М.: 1990. 133 с.
17. Карасик В.И. О типах дискурса [Электронный ресурс] // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр., 2000. URL: <https://goo.gl/7MzwFX> (дата обращения: 15.10.2015).
18. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Перемена, 2002. 477 с.
19. Кибрик А.А., Паршин П. Б. Дискурс [Электронный ресурс] // Энциклопедия «Кругосвет». 1997. 4 с. URL: <https://goo.gl/UeABv2> (дата обращения: 24.01.2017).
20. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. Курс лекций. М.: Гнозис, 2002. 284 с.
21. Лаптева Ю.В. Функции молодежного сленга. // Вестник МГОУ/ Московский государственный областной университет. Москва. 2012.

[Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-mgou.ru/Articles/Doc/1689> (дата обращения: 22.05.2016).

22. Лепшеева Н.А. Жанровые особенности Компьютерного дискурса // Вестн. Челябинского университета. Филология. 2009. № 43. Вып. 39. С. 88 – 94.

23. Липатов А.Т. Сленг как проблема социолектики. М.: Элипс, 2009. 318 с.

24. Лутовина О.В. Виртуальный дискурс как одно из направлений в исследовании киберпространства // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Серия: Лингвистика. 2009а. № 1. С. 26–32.

25. Лутовина О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. М.: Перемена, 2009б. 477 с.

26. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.

27. Матарыкина Н.Д. Неологизмы немецкого молодежного сленга на рубеже XX-XXI веков: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2005. 214 с.

28. Матюшенков В.С. Dictionary of Slang in North America, Great Britain and Australia. М.: Флинта; Наука, 2012. 176 с.

29. Мозжухин К.Е. Сленг в речи студентов американских университетов: На примере анализа газеты "The Koala", Калифорнийский университет в Сан-Диего: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2005. 194 с.

30. Олейник О.В. Немецкий сленг как неологическое явление// Вестник ОГУ, 2005. №12. С. 215–220.

31. Распопина Е. Ю. Дифференциальные и жанровые особенности компьютерного Интернет-дискурса // Вестник ИГЛУ 2010. 125–132 с.

32. Садреев Д.Т. Молодёжный сленг в современном английском языке // Sciences of Europe. 2016. № 1-2 (1). С. 66–68.

33. Серио П. Как читают тексты во Франции. М.: Прогресс, 1999. 54 с.
34. Смирнов Ф.О. Национально-культурные особенности электронной коммуникации на английском и русском языках [Электронный ресурс]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Ярославль, 2004. URL: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 20.05.2016).
35. Степанов Ю.С. Язык и наука конца XX века. М. Издательство: Российский государственный гуманитарный университет, 1995. 432 с.
36. Судзиловский Г.А. Сленг – что это такое? М.: Воениздат, 1973. 182 с.
37. Фуко М. Археология знания. Киев: «НИКА-ЦЕНТР», 1996. 206 с.
38. Хомяков В.А. О термине слэнг: (Из истории вопроса) // Вопросы теории английского и немецкого языков. Волгоград, 1969.
39. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта: Наука, 2006. 136 с.
40. Adams M. Slang people's poetry. Oxford University Press. N.Y., 2009. 257 p.
41. Amari J. Slang Lexicography and The problem of defining Slang [Электронный ресурс]. 2010. URL: <http://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:fd2d4042-0f65-4037-bfd3-230c6193bc1d> (дата обращения: 20.05. 2016).
42. Androutsopoulos J. K. Deutsche Jugendsprache. Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen [Электронный ресурс]. 1998. URL: <http://jannisandroutsopoulos.net/> (дата обращения: 22.05.2016).
43. Harris Z. Discourse analysis // Language. 1952. №1. P. 1–30.
44. Mattiello E. “The pervasiveness of slang in standard and non-standard English”. Mots Palabras Words: Studi Linguistici 6, 7-41 p. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ledonline.it/mpw/allegati/mpw0506Mattiello.pdf> (дата обращения: 22.09.2016).
45. Partridge E. Slang Today and Yesterday. London: Routledge and Kegan Paul, 1979. 190 p.

46. Schlobinski P. Jugendsprache und Jugendkultur [Электронный ресурс] // Aus Politik und Zeitgeschehen. 2002. S. 14–19. URL: <http://www.links.linse.uni-due.de/jugendsprache/jugendsprache-und-jugendkultur.html>
47. Stubbs M. Discourse analysis: the sociolinguistic analysis of natural language. Chicago: University of Chicago Press, 1983. P. 272.
48. Thorne T. Slang, style-shifting and sociability. Multicultural Perspectives on English Language and Literature. Tallinn/London, 2004. 7 p.
49. Van Dijk T. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998.
50. Zaytaeva D.M. Slang as a core element of youth culture // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2009. № 12. P. 160–162.

СПИСОК СПРАВОЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Dalzell T., Terry V. The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English. Taylor&Francis e-Library, 2007. 740 p.
2. Das Deutsche Slang Online Wörterbuch [Электронный ресурс]. URL: <http://superslang.de/> (дата обращения: 04.06.2016).
3. Deutsche Jugendsprache der Gegenwart [Электронный ресурс]. URL: https://is.muni.cz/th/342111/ff_m/PalasoVA_K._diplomova_prace.txt (дата обращения: 22.05.2016).
4. Die Sprachnudel: Das Wörterbuch der Jetztsprache [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sprachnudel.de/kategorie/jugendsprache> (дата обращения: 05.06.2017).
5. Duden Online-Wörterbuch [Электронный ресурс]. URL: <http://www.duden.de/> (дата обращения: 04.06.2016).
6. Spears R. NTC's Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions. 3rd edition. National Textbook Company; McGraw-Hill, 2000. 577 p.
7. Thorne Tony. Dictionary of Contemporary Slang. 3rd edition. A.C.Black, London, 2007. 513 p.
8. Urban Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://www.urbandictionary.com/> (дата обращения: 27.05.2017).

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
О.В. Магировская
2017 г.



БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В
ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ
АНГЛИЙСКИХ И НЕМЕЦКИХ ВИДЕО-БЛОГОВ)**

Выпускник



С.Э. Цулая

Научный руководитель



канд. филол. наук, доц. Л.М. Штейнгарт

Нормоконтролер



И.Г. Пузикова

Красноярск 2017