

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГРЯиПЛ
_____ О.В. Магировская
« _____ » _____ 2024 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**ФУНКЦИИ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В СОВРЕМЕННОМ
АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ КИНОДИСКУРСЕ**

45.04.02 Лингвистика

45.04.02.01.00 Межкультурная коммуникация и перевод

| | | |
|----------------------|-------|---|
| Научный руководитель | _____ | канд. филол. наук, доц. каф. ТГРЯиПЛ Л.М. Штейнгарт |
| Магистрант | _____ | Л.Е. Большанина |
| Нормоконтролер | _____ | А.А. Струзик |

Красноярск 2024

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ФУНКЦИЙ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ КИНОДИСКУРСЕ | 8 |
| 1.1. Художественный кинодискурс как объект лингвистического исследования | 8 |
| 1.1.1. Кинодискурс: к определению понятия..... | 8 |
| 1.1.2.Художественный кинодискурс как отдельный тип кинодискурса. | 13 |
| 1.2.Функционирование сленга в коммуникативном пространстве | 17 |
| 1.2.1. Сленг как лингвистический феномен | 17 |
| 1.2.2. Сленг в ряду соположенных понятий..... | 22 |
| 1.2.3. Источники формирования сленга и способы образования сленговых единиц..... | 26 |
| 1.3. Функции молодежного сленга | 29 |
| ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 | 33 |
| ГЛАВА 2. АКТУАЛИЗАЦИЯ ФУНКЦИЙ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В БРИТАНСКОМ, АМЕРИКАНСКОМ И АВСТРАЛИЙСКОМ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ КИНОДИСКУРСАХ | 35 |
| 2.1. Функции молодежного сленга в британском художественном кинодискурсе | 35 |
| 2.2. Функции молодежного сленга в американском художественном кинодискурсе | 46 |
| 2.3. Функции молодежного сленга в австралийском художественном кинодискурсе | 56 |
| 2.4. Сравнительный анализ актуализации функций молодежного сленга в британском, американском и австралийском художественных кинодискурсах | 65 |
| ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 | 70 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 72 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ | 75 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ | 84 |

ВВЕДЕНИЕ

Жизнь искусства кинематографа во многом определяется языком, используемым персонажами на экране. В англоязычных фильмах часто используется такой языковой феномен, как сленг, становящийся важным элементом художественного кинодискурса, влияя на восприятие и интерпретацию фильмов зрителями. Благодаря этому изучение функций сленга в англоязычном художественном кинодискурсе представляет собой важную тему для исследования. Данная работа направлена на анализ и интерпретацию различных ролей, которые сленг играет в англоязычном художественном кинодискурсе, включая его влияние на характеризацию персонажей, создание определенного настроения и передачу отличительной особенности языка и культуры определенных социальных групп.

Целью магистерской диссертации является выявление, анализ и описание основных функций молодежного сленга в современном англоязычном художественном кинодискурсе.

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих **задач**:

1. Охарактеризовать понятийно-терминологический аппарат в области кинодискурса.
2. Выявить основные характеристики художественного дискурса как отдельного вида кинодискурса.
3. Дифференцировать понятия «сленг», «жаргон», «арго», «просторечие».
4. Раскрыть понятие сленг и описать его основные характеристики.
5. Описать источники формирования сленга и способы образования сленговых единиц.
6. Выделить, проанализировать и описать основные функции молодежного сленга в британском художественном кинодискурсе.

7. Выделить, проанализировать и описать основные функции молодежного сленга в американском художественном кинодискурсе.

8. Выделить, проанализировать и описать основные функции молодежного сленга в австралийском художественном кинодискурсе.

9. Провести сравнительный анализ функций молодежного сленга в британском, американском и австралийском художественных кинодискурсах.

Объектом исследования является молодежный сленг в англоязычном художественном кинодискурсе.

Предметом изучения выступают основные функции молодежного сленга в англоязычном художественном кинодискурсе.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения молодежного сленга в связи с его динамичным развитием и с тем, что сленг уже давно стал неотъемлемой частью жизни людей. С появлением и развитием всемирной паутины сленг стал использоваться не только ограниченными социальными группами, объединенными общими интересами, но распространился среди всех слоев населения, прочно укрепив свои позиции в повседневной жизни людей. В современном художественном кинодискурсе наиболее точно отражается специфика использования молодежного сленга, что позволит достоверно исследовать данный феномен.

Основными **методами** исследования послужили дискурсивный анализ, интерпретативный метод, метод количественного анализа, сравнительный метод, анализ словарных дефиниций.

Материалом исследования являются художественные кинофильмы, репрезентирующие использование сленга в американской, британской и австралийской лингвокультурах: 1) британский фильм “Your Christmas or mine?” 2022 года, снятый Джимом О’Хенлоном, общей продолжительностью 1 час 35 минут, 2) американский фильм “Prom pact” 2023 года, снятый Ани Адамс, общей продолжительностью 1 час 39 минут, 3) австралийский фильм “Go Karts!” 2020 года, снятый Оуэном Тревором, общей продолжительностью 1 час 42 минуты.

Основную теоретико-методологическую базу исследования формируют труды по кинодискурсу Гальперина И.Р., Духовной Т.В., Ефремовой М.А., Записных О.В., Зарецкой А.Н., Слышкина Г.Г., Сургай Ю.В., Цивьян Ю.Г., Dynel M., Janney R. и др.; труды по художественному кинодискурсу Ефремовой М.А., Зайченко С.С., Корячкиной А.В., Лотмана Ю.М., Подгорской О.Н., Слышкина Г.Г., Черничкиной Е.К.; работы, рассматривающие феномен сленга, Бердигуловой Н.А., Гальперина И.Р., Горячевой О.Н., Орловой Н.О., Скворцова Л.И., Судзиловского Г.А., Хомякова В.А., Швейцера А.Д., Якловой А., Greenough J.B., Jespersen O., Kittredge G.L., Partridge E. и др.; работы, посвященные функциям сленга, Горячевой О.Н., Ивановой Г.Р., Семеновой И.В., Partridge E., Yule G. и др.

Научная новизна диссертации заключается в том, что в работе предпринимается попытка выделения и описания авторской классификации функций молодежного сленга в современном англоязычном художественном кинодискурсе.

Теоретическая значимость работы состоит в разработке авторской классификации функций молодежного сленга художественного кинодискурса, что создает предпосылки для дальнейшего изучения данной проблематики.

Практическая значимость состоит в том, что результаты исследования могут быть использованы в практической деятельности социологов, лингвистов, филологов, для дальнейшего изучения сленга и применены в рамках дисциплин «Социолингвистика», «Межкультурная коммуникация», «Коммуникативная лингвистика», «Прагмалингвистика».

Структура работы определяется поставленной целью и задачами исследования, а также спецификой материала. Магистерская диссертация общим объемом 85 страниц состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 99 наименований, в том числе 25 источников на иностранном языке, списка использованных словарей.

Во Введении обосновываются выбор темы исследования, ее актуальность, выявляется степень изученности вопроса, указываются объект и предмет исследования, определяются цели и задачи работы, методология, научная новизна, теоретическая и практическая значимость, называются источники фактического материала, приводятся данные об апробации работы, ее структуре.

В Главе 1 «Теоретические основы изучения функций молодежного сленга в художественном кинодискурсе» излагаются теоретические предпосылки исследования: анализируются основные теоретические понятия (молодежный сленг, кинодискурс, художественный кинодискурс, функции молодежного сленга), сопоставляются различные точки зрения специалистов, суммируется обзор работ по данной проблематике. Художественный кинодискурс рассматривается как отдельный тип кинодискурса, приводятся характеристики сленга, а также авторские классификации функций сленга отечественных и зарубежных исследователей.

В Главе 2 «Актуализация функций молодежного сленга в британском, американском и австралийском художественных кинодискурсах» проводится анализ функций молодежного сленга, реализуемого в трех лингвокультурах, и способов его актуализации, приводится авторская классификация функций молодежного сленга в современном англоязычном художественном кинодискурсе (функция единения коммуникантов, коммуникативная функция, эмоциональная функция, оценочная функция), проводится сравнительный анализ актуализации функций молодежного сленга в британском, американском и австралийском художественных кинодискурсах.

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

Апробация работы. Материал и результаты исследования были представлены на XV Международной научно-практической конференции

молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (г. Красноярск, 2023 г.); на XVI Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (г. Красноярск, 2024 г.).

Основные положения диссертации отражены в публикации в научном журнале, индексируемом в РИНЦ, «Общество: научно-образовательный потенциал развития (идеи, ресурсы, решения)» (г. Москва, 2023 г.).

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ФУНКЦИЙ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ КИНОДИСКУРСЕ

1.1. Художественный кинодискурс как объект лингвистического исследования

1.1.1. Кинодискурс: к определению понятия

Изучение кинодискурса является актуальным направлением в связи с повсеместной популярностью кинофильмов, которая растет с каждым годом, достигая новых рекордов по мировым просмотрам, чему также способствует разнообразие платформ для просмотра кинофильмов: кинотеатры, телевидение, Интернет.

В отечественной лингвистике существуют различные подходы к определению кинодискурса.

Ю.В. Сургай определяет кинодискурс с позиции традиционного подхода к анализу дискурса. Ученый определяет кинодискурс как «процесс воспроизведения и восприятия кинотекста, который включает в себя наличие конкретных пространственно-временных условий, участников, обладающих определенным культурным багажом, опытом и суммой знаний» [Сургай, 2008: 8].

Иное определение представлено в работе А.Н. Зарецкой. Автор описывает кинодискурс как «связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами – аудиовизуальным рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами» [Зарецкая, 2010: 7].

О.В. Записных и Е.В. Лебедева рассматривают кинодискурс с точки зрения его пользы при обучении студентов иностранному языку. Они называют кинодискурс «частью фильма или фильмом определенного жанра,

обладающим композиционной целостностью, логической связанностью, завершенностью, репрезентирующим специфические черты иноязычного речевого и неречевого взаимодействия участников различных социальных групп и профессиональных сообществ» [Записных, Лебедева, 2023: 32].

С.С. Назмутдинова подходит к определению кинодискурса с точки зрения межкультурной коммуникации. Автор определяет данный термин как «семиотически осложненный динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межъязыковом и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности» [Назмутдинова, 2008: 7]. Именно данное определение будет использоваться в работе как основное определение кинодискурса, так как оно является наиболее полным и признано научным сообществом, несмотря на разнообразие различных определений.

Когнитивный подход прослеживается у И.Н. Лавриненко, определяющего кинодискурс, как «поликодовое когнитивно-коммуникационное образование, сочетание различных семиотических единиц в их неразрывном единстве, которое характеризуется связностью, цельностью, завершенностью, адресностью» [Лавриенко, 2011: 5].

Т.В. Духовная выделяет следующие структурные компоненты кинодискурса: кинотекст, дискурс кинофильма, кинодиалог, киноречь и субтитры [Духовная, 2018].

Таким образом, большинство отечественных ученых при описании кинодискурса уделяют большее внимание структурным составляющим данного явления, описывая его как текст или процесс восприятия этого текста с особенностями, характерными данному виду дискурса.

Немного иначе трактуют кинодискурс зарубежные ученые.

Так, польский лингвист М. Динель при описании кинодискурса акцентирует внимание на том, что кинодискурс объединяет множество

кинематографических техник, изучаемых в основном вне лингвистики. Кинодискурс – это совместная работа всей съемочной группы. На зрителя влияет вся гамма кинематографических приемов, являющихся результатом коллективной работы отправителя, включающей в себя сценариста, режиссера, операторов, актеров, монтажеров изображения и звука. Таким образом, существует множество факторов, таких как качество снимков, ракурс камеры или монтаж, которые способствуют коммуникативному эффекту, создаваемому съемочной группой в интересах зрителя [Dyrel, 2011].

Похожим образом характеризует кинодискурс американский лингвист Р. Дженни. Исследователь пишет о том, что кинодискурс – это не использование языка в кино, а аудиовизуальный дискурс самого повествования о фильме: дискурс мизансцены, кинематографии, монтажа и звукового оформления, используемый кинематографистами при изложении кинематографических историй. Кинодискурс – это основное выразительное средство кинематографистов и основная форма общения со зрителями и влияния на них [Janney, 2012].

Итальянский исследователь Р. Пиатца относит кинематографический дискурс к языку кино, который объединяет в себе все мультимодальные особенности художественного повествования: вербальные, невербальные, аудио- и визуальные [Piazza et al., 2011].

К. Бьюбель называет кинодискурс разновидностью «опосредованного» дискурса, когда отправитель передает сообщение через посредников. К. Бьюбель сравнивает экранное общение с повседневной коммуникацией и, следовательно, выстраивает структуру кинодискурса на основе концепции «подслушивающего». В основе процесса реконструкции смысла, заложенного персонажами на экране, лежит догадка зрителей о том, что означают эти персонажи. Если их мировосприятие совпадает, зрители осознают истинный смысл экранного диалога [Bubel, 2006].

Согласно Г. Финну, кинодискурс включает в себя энто- и эктокомпоненты, где кинотексты и диалоги взаимодействуют с трейлерами и

анонсами, образуя иерархическую структуру. Кинодискурс играет решающую роль в интерпретации исторического прошлого с помощью фильмов, предлагая историкам различные когнитивные модели для анализа и понимания кинематографических репрезентаций истории [Finn, 2022].

Можно заметить, что зарубежные ученые рассматривают кинодискурс не как предмет лингвистических исследований, а скорее, как многосоставной конструкт, который содержит в себе материал для возможных исследований, однако сам по себе является больше средством коммуникации и воздействия на зрителя.

Таким образом, несмотря на различия подходов к определению кинодискурса, все они схожи в том, что он имеет сложную и многоаспектную структуру [Кислицына, Службина, 2019].

При изучении такого сложного феномена существует ряд параметров, которые обязательны для рассмотрения: участники коммуникации, цели общения, сферы общения, способы общения, коммуникативная среда. Также значимую роль играет визуальный компонент, который в зависимости от того, дополняет ли он словесный материал, или идет с ним вразрез, несет определенную смысловую нагрузку [Колодина, 2013]. Рассмотрение лишь вербального компонента кинофильма без опоры на видеоряд не позволит выстроить полноценную смысловую картину [Рыжков, 2000].

В исследованиях, посвященных кинодискурсу, нередко используется понятие кинотекст, являющееся смежным с понятием кинодискурс, что приводит к необходимости развести понятия в данной работе, посвященной непосредственно кинодискурсу.

Первые труды, посвященные кинотексту, рассматривают его с точки зрения семиотики [Лотман, 2005; Цивьян, 1984; Иванова, 2001]. Ю.Г. Цивьян называет кинотекст дискретной последовательностью непрерывных участков текста. «Непрерывными сегментами кинотекста являются кадры. Таким образом, кинотекст – это цепочка ядерных кадров» [Цивьян, 1984: 109]. Е.Б. Иванова, описывая кинотекст, называет его семиотическим

пространством, последовательностью кадров, которая сопровождается звуковым рядом [Иванова, 2001]. В исследованиях кинотекста превалирует лингвистическая система, в то время как экстралингвистическая система рассматривается как второстепенная.

Понятие кинодискурса возникает в связи с расширением предмета лингвистики кинотекста. Экстралингвистические факторы в определении сущности кинодискурса выдвигаются на первый план и являются определяющими по отношению к лингвистическим.

Таким образом, кинодискурс представляет собой более широкое понятие, включающее в себя кинотекст. В качестве составляющих кинотекста могут быть включены только узкие экстралингвистические факторы (факторы коммуникативной ситуации), тогда как в структуру кинодискурса включаются и широкие экстралингвистические факторы (факторы культурно-идеологической среды, в которой протекает коммуникация).

Кроме того, следствием не разделения некоторыми исследователями понятий кинотекста и кинодискурса является семантическое наложение на них понятия кинодиалог, который также необходимо описать. Под кинодиалогом С. Козлофф понимает все то, что проговаривается в фильме. Кинодиалог остается в фильмах на втором плане, так как, являясь визуальным явлением, фильм акцентирует внимание именно на том, что человек может наблюдать на экране. То, что человек слышит, хоть и остается значимым, ведь направлено не только на собеседника на экране, но и на зрителя, все же имеет второстепенную роль [Kozloff, 2000]. Таким образом, кинодиалог является еще более узким понятием, чем кинодискурс и кинотекст, являясь их составляющей, так как соотносится исключительно со словесной частью фильма.

Г.Г. Слышкин и М.А. Ефремова попытались создать классификацию видов кинодискурса, которая была бы удобной при лингвистическом анализе. Исследователи разделили кинодискурс на художественный и

нехудожественный. Также в отдельную группу выделялся анимационный кинодискурс.

К художественному кинодискурсу авторы отнесли кинофильмы со стилизованной речью и доминирующим проявлением иконических знаков. Таких знаков, которые обладают структурным сходством с объектом, они в некотором роде копируют предмет.

К нехудожественному кинодискурсу были отнесены кинофильмы с доминирующими индексальными знаками (такими знаками, план выражения которых связан с планом содержания по смежности, то есть существует частичное сходство между ними) и преобладанием научной или публицистической речи.

К анимационному кинодискурсу – построенные на основе иконических знаков-изображений (таких, которые связаны с объектом отношения подобия; они несут краткую информацию и быстро считываются любым человеком) и книжного стиля речи [Слышкин, Ефремова, 2004].

Таким образом, несмотря на большое количество различных определений кинодискурса, в целом, концепция кинодискурса представляет собой важное направление исследований в области лингвистики. Изучение данного феномена не только является актуальным сейчас, но и останется таковым еще долгое время, так как сфера киноиндустрии активно развивается и продолжает оказывать активное влияние на зрителей.

1.1.2. Художественный кинодискурс как отдельный тип кинодискурса

Как было сказано ранее, художественный кинодискурс является одним из трех типов кинодискурса.

Художественный кинодискурс представляет собой «совокупность кинотекстов, основанных на образном изображении событий и персонажей, создаваемых на основе сценарного сюжета, трактуемого режиссером и

воплощаемого средствами актерской игры, операторского искусства и др.» [Юткевич, 1986: 470].

С лингвистической точки зрения к определению художественного кинодискурса подходит А.В. Корячкина. Ученый описывает данное явление как «коммуникативное событие, протекающее между режиссером и кинозрителями, в ходе которого представляются и осмысляются некоторые сообщения; как совокупность языковых черт, характеризующих киногероев; и как система коммуникативных средств и установок, принятых в сфере культуры» [Корячкина, 2017: 13]. В данной работе мы будем опираться на это определение художественного кинодискурса, так как оно наиболее глубоко раскрывает термин.

Художественный кинодискурс отличается от других видов кинодискурса своей композиционной организацией. Современный художественный кинодискурс конструируется в виде трехчастной драмы: завязка и развитие событий, самые длительные части, кульминация, и развязка, как правило, короче первых двух [Корячкина, 2017].

Сюжет является важной отличительной чертой художественного кинодискурса в отличие от других видов кинодискурса. Сюжет придает фильму динамичность, а зритель перестает быть пассивным. При просмотре картины он становится участником кинодискурса, воспринимая происходящее на экране как то, что происходит в реальной жизни [Dyrel, 2011].

Еще одной отличительной чертой художественного кинодискурса, как и любого другого художественного произведения, является передаваемая информация, которая не сводится исключительно к изложенным фактам, произведение становится «как бы больше самого себя» [Котова, 2007: 16]. Как писал Ю.М. Лотман, «при перекодировке художественной системы на нехудожественный язык всегда остается «непереведенный» остаток – та сверхинформация, которая возможна лишь в художественном тексте» [Лотман, 2005: 89]. Также известно высказывание Л.Н. Толстого о том, что если бы он снова решил написать «Анну Каренину», то ему бы пришлось

заново переписать произведение слово в слово. Дело в том, что в художественном произведении важным являются не каждая мысль по отдельности, а «сцепление мыслей», которое и реализует художественную идею [Толстой, 1953: 267].

С такой «сцепленной» сверхинформацией связаны ряд черт, характерные для художественного кинодискурса:

- «ассоциативные формы когезии» – связность текста, которая соединяет отдельные части в единое целое, придавая им смысл. Благодаря данной характеристике, обуславливается ориентированность художественного произведения на человека [Гальперин, 2007: 80];

- образность – «способность вызывать систему представлений» [Сорокин, 1982: 62];

- эстетическое воздействие – «воздействие на адресата как красотой и целесообразностью художественной формы, так и концептуальностью содержания, способного, кроме всего прочего, «заражать» читателя сопереживанием» [Котова, 2007].

О.Н. Подгорская и Е.К. Черничкина рассматривают отличительные особенности художественного кинодискурса, как типа кинодискурса, с точки зрения его использования как средства формирования коммуникативной компетенции. Согласно исследователям, художественный кинодискурс:

- 1) носит полисемантический характер – зритель получает информацию по нескольким каналам: слуховое, зрительное, моторное восприятие;

- 2) подразумевает психологическое влияние на зрителя за счет динамического развития сюжета, приковывания внимания и побуждения к сопереживанию героям, создавая «эффект участия»;

- 3) становится средством для моделирования естественных для речевого общения ситуаций, создания актуальной культурной среды, что способствует формированию и развитию коммуникативных навыков [Подгорская, Черничкина, 2017].

С.С. Зайченко с помощью следующих семиотических свойств художественного кинодискурса раскрывает сущность этого понятия, как поликодового, полимодального и мультимедийного явления:

- 1) знаковая неоднородность – сочетание знаков и кодов разных семиотических систем;
- 2) многоуровневость знаковой структуры – комбинирование сложных знаков из более простых знаков;
- 3) неаддитивность – образование качественно новых значений сложных знаков из наложения значений простых знаков;
- 4) открытость – способность взаимодействовать со средой, изменяться и развиваться;
- 5) многоканальность восприятия – передача информации посредством двух каналов, зрения и слуха;
- 6) интерактивность – способность изменять структуру в зависимости от действий зрителя при сохранении ее целостности [Зайченко, 2013].

А.В. Корячкина описывает параметры, позволяющие выделить художественный кинодискурс как отдельный тип кинодискурса:

- 1) аудиовизуальный модус (расчет на одновременное восприятие слухом и зрением);
- 2) подготовленность (то есть, произнесение текста, написанного для устного воспроизведения, словно бы он не был написан);
- 3) воспроизводимость (возможность неоднократного воспроизведения картины);
- 4) доминирование иконических изобразительных знаков (более частотное использование иконических изобразительных знаков над неиконичными);
- 5) преобладание художественного стиля речи (более частое использование книжного стиля речи, а не разговорного);
- 6) экспрессивно-апеллятивная направленность (формирование эмоционального настроения);

- 7) коллективный распределенный автор (наличие более одного автора);
- 8) множественный реципиент (направленность на большое количество получателей информации);
- 9) реализация в условиях отложенного контакта (возможность воспроизведения в любое время и в любом месте) [Корячкина, 2017].

Таким образом, художественный кинодискурс является одним из видов кинодискурса, наравне с нехудожественным и анимационным кинодискурсами, так как он обладает своей композиционной организацией, отличительными особенностями и характеристиками.

1.2. Функционирование сленга в коммуникативном пространстве

1.2.1. Сленг как лингвистический феномен

Явление сленга все чаще становится объектом интереса ученых, занимающихся филологией и лингвистикой. Термин *сленг* получил широкое распространение в английской лексикографии в начале 19 века. Его активно использовали при составлении словарей в качестве пометки к словам, которые не признавались как единицы литературного языка [Гальперин, 2004]. А.Д. Швейцер писал, что граница между сленгом и литературным языком довольно туманна, образуя «серую» зону, в которой затруднительно определить, относится ли та или иная единица к сленгу или нет [Швейцер, 1983].

Этимология сленга точно не установлена, из-за чего существует большое количество теорий происхождения сленга и его определений. Так, например, О. Есперсен один из первых определяет сленг как *a “form of speech which actually owes its origin to a desire to break away from the commonplaces of the language imposed on us by the community”* (форму речи, обязанную своим происхождением желанием оторваться от банальностей языка, навязанным нам обществом) [Jespersen, 2013: 150] (Здесь и далее перевод наш – Б.Л.Е.).

Благодаря сленгу его носители чувствуют интеллектуальное превосходство перед теми, кто не использует сленг. В момент, когда человек осознает, что привычное выражение становится скучным и неинтересным, сленг дает ему чувство удовлетворения от поиска чего-то нового и необычного, так как в процессе создания сленга активизируется фантазия человека, его поэтический язык [там же].

Дж. Б. Гриноу и Дж. Л. Киттридж описывают сленг как своеобразный бродячий язык, находящийся на задворках литературной речи и постоянно ищущий свое место в порядочном обществе [Greenough, Kittredge, 2019]. Однако, такое метафорическое определение скорее затрудняет понимание термина и еще раз доказывает его неоднозначность и отсутствие четких характеристик.

Э. Партридж называет сленг «случайной совокупностью лексем, которая отражает общественное сознание людей, принадлежащих к определенной социальной или профессиональной среде» [Partridge, 2017: 19].

Cambridge Dictionary определяет сленг как *“informal language, often language that is only used by people who belong to a particular group”* (неформальный язык, используемый обычно в устной, а не письменной речи, употребляемый определенными группами людей) [Cambridge Dictionary, 2023].

Согласно Большому толковому словарю, сленг – это «1. Речь социально или профессионально обособленной группы; жаргон. 2. Элементы речи, не совпадающие с нормой литературного языка (обычно экспрессивно окрашенные)» [Кузнецов, 1998].

И.В. Арнольд дает следующее определение сленгу: «генетически весьма неоднородный слой лексики и фразеологии, имеющий ярко выраженный эмоциональный, оценочный и экспрессивный характер, бытующий в разговорной речи и находящийся вне пределов литературной нормы» [Арнольд 1981: 39].

Давая определение понятию «сленг», например, чешский ученый А. Яклова описывает его, как «составляющую часть национального языка, представляющую собой слой разговорной лексики, включающий специальные наименования, которые употребляются людьми определенных профессий или одинаковых сфер интересов и служит, с одной стороны, для языковой коммуникации, а с другой как средство выражения принадлежности к единой группе» [Яклова, 2000: 86].

Согласно И.В. Калита, «Сленг – явление разговорной речи, носящее инвазивный характер. <...> Сленговые единицы – это метафорические единицы и выражения, обладающие разной степенью проявления экспрессии, их семантика привязана к определённому историческому периоду и понятна большинству носителей национального языка» [Калита, 2013: 19].

Г.А. Судзиловский также не дает данному явлению однозначное определение, автор только указывает его наиболее существенные отличительные свойства [Судзиловский, 2018]:

1. Сленг – это лексическое явление.
2. Сленг – это нелитературная лексика, находящаяся за пределами литературного языка.
3. Сленг употребляется, прежде всего, в устной речи.
4. Сленг – это эмоционально окрашенная лексика.
5. Сленг характеризуется ярко выраженной фамильярной окраской большей части сленговых выражений, что ограничивает стилистические границы его употребления.
6. Фамильярная эмоциональная окраска многих сленговых выражений отличается большим разнообразием оттенков (шутливая, ироническая, насмешливая, пренебрежительная, презрительная, грубая и даже вульгарная).

В.А. Хомяков дает следующее определение сленга: «Сленг – это относительно устойчивый для определенного периода, широко употребительный, стилистически маркированный (сниженный) лексический

пласт (имена существительные, прилагательные и глаголы, обозначающие бытовые явления, предметы, процессы и признаки), – компонент экспрессивного просторечия, входящего в литературный язык, весьма неоднородный по своим истокам, степени приближения к литературному стандарту, обладающий пейоративной экспрессией» [Хомяков, 1980: 43].

Несмотря на большое количество толкований, в отечественной лингвистике принято использовать определение В.А. Хомякова как в большей степени отражающее сущность сленга и его черты. Именно определение В.А. Хомякова будет использовано в данной работе.

Рассмотрев данные ранее определения сленга, можно заметить, что существует некоторое расхождение в подходе к определению термина между отечественными и зарубежными исследователями. В определениях, данных отечественными учеными, превалирует описание сленга как языкового пласта, не входящего в литературную языковую норму и обладающего ярко выраженной экспрессивной окраской. Зарубежные же ученые акцентируют внимание на том, что такой слой разговорной лексики, как сленг, используется определенными группами людей для самоидентификации в обществе.

В любом языке неотъемлемыми характеристиками сленга являются его оригинальность, новизна и краткость [Пантелеева и др., 2016]. О.С. Ахманова отмечает еще одну важную характеристику сленга – экспрессивность. Все сленговые выражения ярко экспрессивны и эмоционально окрашены [Ахманова, 2004]. А О.Н. Горячева подчеркивает характерную для сленга полисемию слов, а иногда и целых выражений. Свое значение такие сленговые выражения приобретают в зависимости от контекста. Например, лексема «*флекс*» в русскоязычном молодежном сленге может употребляться в двух значениях: танец, хвастовство [Горячева, 2023].

В современном обществе сленг используется во всех сферах общества. Он является важной и неотъемлемой частью современного языка всех слоев населения. Тем не менее, многие люди уверены, что сленг загрязняет устную речь, причиняя непоправимый вред языку, хотя есть и те, кто считает, что

возникновение сленга – нормальное явление в процессе развития языка и такого феномена не избежать [Бердигулова, 2020].

Несмотря на то, что использование сленга характерно для всех возрастных категорий, больше всего он распространен среди молодежи [там же]. Как правило, в большей степени носителями сленга являются люди в возрасте от 11 до 30 лет. Однако, в связи с тем, что сленговые выражения чаще всего общеизвестны и широко употребительны, они характеризуют речь не только молодежи, а также используются представителями разных возрастных и социальных групп, употребляются в художественной литературе и в средствах массовой информации [Касумова, 2019].

Кроме того, существует такое понятие, как «молодежный сленг». В первую очередь, он отличается от обычного сленга тем, что характерен для людей определенной возрастной группы. Кроме того, молодежный сленг отражает реалии мира молодых людей. Используя сленг, они отделяются от остального мира, чувствуя себя членами замкнутой общности [Касумова, 2019]. Сленг – это чаще всего некий вызов «обычной» жизни, попытка противопоставить себя «нормальности» [Бердигулова, 2020]. Таким образом, молодежный сленг – это “*social dialect people aged 12-22 years, arising from the opposition of themselves not so much to the older generation, as the official system*” (социальный диалект людей в возрасте 12-22 лет, возникающий в результате противопоставления себя не столько старшему поколению, сколько официальной системе) [Yessenova, 2020: 111].

Наряду с понятием *сленг/молодежный сленг* некоторые ученые [Левикова, 2004; Коловерова, 2016; Краморенко, 2008; Гусева, Манукян, 2020] также употребляют понятие *молодежный язык*. Однако, в своих работах они используют данные термины как синонимы, не дифференцируя их и не приводя различий в определении, характеристиках или какой-либо сущности, что позволяет сделать вывод о равнозначности данных понятий. В данной работе эти термины также используются как синонимичные.

Таким образом, явление сленга изучается отечественными и зарубежными лингвистами уже на протяжении долгого времени, однако, до сих пор нет единого общеупотребительного определения данного термина, а существующие зачастую противоречат друг другу. Это, в свою очередь, ведет к неясности в определении границ сленга и, как следствие, его характеристик и сопутствующих любому термину признаков и особенностей. Несмотря на то, что важной характеристикой сленга является его употребление людьми с различным уровнем образования, профессиональными компетенциями или различного возраста, по большей части его носителями являются молодые люди в возрасте до 30, что повлекло за собой появление среди некоторых ученых отдельного подвида сленга – «молодежный сленг». Однако, в связи с тем, что одним из основных признаков сленга является его использование людьми определенной возрастной категории, входящей в понятие «молодежь», в данной работе *сленг* и *молодежный сленг* употребляются в качестве синонимичных терминов.

1.2.2. Сленг в ряду соположенных понятий

В связи с неоднозначностью понятия *сленг*, во многих словарях оно довольно часто используется в качестве синонима к таким понятиям, как *жаргон*, *арго*, *просторечие* [Орлова, 2004]. Большое количество работ, посвященных сленгу или соположенным ему понятиям, также только усложняет разграничение данных терминов, так как существует две точки зрения на соотношение данных терминов. С одной стороны, одно и то же понятие называется разными терминами, без подробного разграничения деталей их различия. *Сленг*, *жаргон*, *арго*, *просторечие* используются как синонимы [Кронгауз, 2006; Московцев, Шевченко, 2009; Новиков, 2005]. С другой стороны, их характеристики часто смешиваются, в связи с чем не учитывается многозначность и многогранность понятий [Кропачева, Литвинова, 2020]. Важно понимать разницу между *сленгом*, *арго*,

просторечием и *жаргоном*, так как словари сленга, как правило, включают в себя все слова, не относящиеся к литературному языку [Jespersen, 2013].

Если *сленг* не имеет общепринятого определения и четких характеристик, то сущность *жаргона* вполне однозначна, и все существующие определения в большей или меньшей степени идентичны. Н.О. Орлова трактует *жаргон* как некую «разновидность языка, социальный диалект, который отличается от общенационального языка особым лексическим составом, фразеологией и т.п.» [Орлова, 2004]. В отечественном языкознании смешение терминов *жаргон* и *сленг* произошло вследствие замены в советское время зарубежного термина сленг на жаргон [Руденко, 2016]. Согласно Т.Е. Захарченко, эти термины часто путают, так как в разных национальных лингвистических школах для обозначения одного 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]. Важной характеристикой жаргона является то, что он используется определенными социальными группами, имеющими схожие интересы [Орлова, 2004]. Жаргоны, как правило, возникают среди широких групп лиц, объединенных общими интересами, схожими увлечениями, длительным пребыванием в одной среде и т.д. [Руденко, 2016] В настоящее время данный термин чаще всего используется в значении профессионального языка [Прончатова, Горохова, 2019]. Кроме того, жаргон имеет пейоративное значение, в то время как сленг – нейтральное [Ахманова, 2004].

Просторечие также является смежным понятием для сленга, однако в последнее время оно вышло из круга интересов исследователей и практически не изучается. *Просторечие* схоже с *жаргоном*, однако, если жаргон заимствует языковые единицы в основном из профессионального языка, то просторечие включает в себя также территориальные диалекты, некоторые заимствования из литературного языка и является более широким понятием [Скворцов, 2012]. «Общепризнана роль просторечия как переходной сферы

между литературным языком и диалектами» [Коготкова, 1977: 61]. Л.И. Баранников выделяет следующие признаки просторечия: 1) нелитературность (не входит в систему литературного языка); 2) внетерриториальность (имеет незначительные региональные отличия); 3) вариантность (обладает обилием речевых вариантов на всех уровнях и не имеет строгих норм); 4) однофункциональность (обслуживает только бытовую речь) [Баранников, 2005]. Важным различием сленга и просторечия является необходимость эмоциональной реализации первого, что совершенно необязательно для второго. В английском же языкознании такого понятия, как просторечие в принципе не существует, а ближайшее к нему понятие *colloquial speech* относится к любой разговорной разновидности речи [Кропачева, Литвинова, 2020].

Согласно словарю лингвистических терминов, *арго* – это «язык отдельных социальных групп, сообществ, искусственно создаваемый с целью языкового обособления (иногда «потайной» язык), отличающийся главным образом наличием слов, непонятных людям непосвященным» [Розенталь, Теленкова, 2022]. В словаре лингвистических терминов Т.А. Жеребило *арго* определяется как «диалект определенной общественной группы, создаваемый с целью языкового обособления» [Жеребило, 2010: 37]. Причина, по которой некоторые исследователи используют термины *сленг* и *арго* как синонимичные заключается в том, что термин *арго* использовался в качестве основного среди французских лингвистов, обозначая по сути то же, что обозначал термин *сленг* для англоязычных исследователей [Захарченко, 2006]. Чаще всего термин *арго* используют в словосочетании «тюремное арго», что говорит о его распространении среди заключенных [Малышев, 2010]. Впервые термин *арго* появился в 17 веке, обозначал «попрошайничество» и применялся для описания деятельности нищих людей и воров, в начале 18 века использовался для наименования языка профессиональных бандитов, а спустя еще один век – для наименования языка деклассированных элементов

[Руденко, 2016]. Таким образом, данный термин всегда шел рядом с идеей беззакония и ассоциировался именно с преступными элементами.

Среди терминов *сленг*, *арго*, *жаргон* и *просторечие* существуют схожие черты, выделенные Н.Д. Матарыкиной:

- 1) сфера применения: в основном в устной речи;
- 2) сфера коммуникантов: все они являются средством общения определенной группы людей, объединенной по каким-либо признакам – возраст, социальный статус, общность интересов, род деятельности и т.д.;
- 3) стилистическая окраска: высокий уровень экспрессивности;
- 4) функции: объединение членов группы и их обособление от людей, не принадлежащих к этой группе [Матарыкина, 2006].

Общие черты усложняют разграничение схожих терминов, однако благодаря наблюдаемым отличиям это удастся сделать:

- 1) в отличие от сленга, жаргон чаще относят к профессиональному языку, характерному для группы людей, объединенной родом деятельности;
- 2) основа просторечий – территориальный характер. Они находятся между литературным языком и диалектами, а эмоциональная окраска не является обязательным признаком, что отличает их от сленга;
- 3) основная функция арго – сокрытие предмета коммуникации. Это тайный язык, характерный для преступного мира. Следовательно, его основная функция – конспиративная, что не характерно для сленга.

Сленг не ограничен узкими социальными или профессиональными группами, сленговые единицы являются общеизвестными и общеупотребительными, поэтому их могут использовать люди различных социальных слоев, имеющие разный уровень образования или работающие в разных сферах [Орлова, 2004].

Таким образом, несмотря на схожие черты сленга, жаргона, просторечия и арго, эти термины нельзя назвать синонимичными, так как каждый из них обладает отличительной особенностью, характерной только для данного явления и не находящей отражения в остальных. Это говорит о том, что сленг

является самостоятельным термином, и в работе он будет использоваться независимо от схожих терминов.

1.2.3. Источники формирования сленга и способы образования сленговых единиц

В связи с отсутствием единого подхода к определению понятия *сленг*, неясными являются и границы сленга, определяющие, относится ли то или иное слово или словосочетание к сленгу или нет.

И.Р. Гальперин выделяет следующие разряды слов и словосочетаний, которые в большинстве словарей относят к сленгу [Гальперин, 2004]:

- 1) слова, относящиеся к тюремному жаргону (*a father* – «скупщик краденного»);
- 2) профессионализмы (*a noser* – «удар по носу» в лексике боксеров);
- 3) разговорные слова или коллоквиализмы (*hard to swallow* – сложно принять);
- 4) случайные образования, возникшие как результат литературных ассоциаций (*byronism* – байронизм);
- 5) образные слова и выражения (*a landshark* – «юрист»);
- 6) контекстуальные значения слов (*social evil* в значении «проституция»);
- 7) слова, образованные с помощью конверсии (*to sneak* – «доносить»);
- 8) аббревиатуры (*pro* – сокращение от *professional*).

Иногда сленгом считаются даже обычные слова, не относящиеся ни к одной из вышеперечисленных групп. Например, в книге *The King's English* Г.У. Фаулера и Ф.Д. Фаулера авторы относят к сленгу выражения *to run the show*, *to tackle a problem*, несмотря на то, что эти словосочетания являются общеупотребительными лексемами словарного состава английского языка [там же].

Л.И. Скворцов выделяет следующие источники, формирующие сленг: профессионализмы, диалектизмы, заимствованные слова из других языков или других языковых пластов одного языка [Скворцов, 1996].

Лексический состав современного сленга пополняется путем немотивированного заимствования, и собственного словообразования. Для молодежного сленга характерен своеобразный синтез двух этих процессов. Лексика может заимствоваться как из иностранных языков, так и, что характерно именно для сленга, из других жаргонов и арго. Пополнение лексики с помощью заимствования из иностранных языков, как правило, происходит по следующему сценарию: вначале происходит прямое заимствование слова из другого языка с одним лишь отличием – оно адаптируется под фонетику заимствующего языка, после чего сленговое выражение либо закрепляется в первичной форме, либо становится производящей основой и путем морфологического словообразования формирует новую лексику. Примером результата такого процесса в русском языке является слово «чатиться» (переписываться в интернете). Основа была напрямую заимствована из английского языка – *to chat* («общаться»). Далее путем добавления глагольного окончания -ть и суффикса -ся была установлена часть речи и слово интегрировалось в сленг. Заимствованные смысловые единицы из арго и жаргонов других возрастных и социальных групп в сленге метафорически переосмысливаются, приобретают иное значение, обретают гипертрофированную экспрессивность и используются как «игра слов» [Горячева, 2023].

Л.И. Скворцов [Скворцов, 1996] выделяет три основных способа пополнения нелитературной лексики:

1) семантическая специализация, заключающаяся в сужении семантического значения литературного слова. Например, лексическая единица *ace*, имеющая множество значений в литературном языке, в сленге обозначает что-то потрясающее, безупречное;

2) метафорическое употребление общелитературных слов и выражений. *Machine* переносит значение по сходству на человека, который неустанно выполняет свою работу, будто настоящая машина;

3) разного рода сокращения слов или их звуковое искажение. Примером может служить сленговое выражение *fam* (семья), представляющее собой сокращение английского слова *family*.

Т.Е. Захарченко выделяет три основные причины, по которым лексема может считаться сленгом: полезность (востребованность понятия, обозначаемого данным словом), мода и потребность в экспрессии. Также ученый, основываясь на механизме словопроизводства, выделяет четыре группы способов пополнения словарного состава сленга [Захарченко, 2009]:

- 1) фонологические – ономотопея (*cuckoo* – сумасшедший);
- 2) семантические: расширение и сужение значения слова, метафора, метонимия (*chicken* – «трус»);
- 3) морфологические: основосложение, аффиксация, сокращение, аббревиация (*mainliner* – «заядлый наркоман»);
- 4) заимствования из другого языка (из испанского *macho* – мачо).

Существует также другой подход к определению основных способов образования новых сленговых единиц, представленный К.М. Амирхановой и Е.В. Харьковской [Амирханова, Харьковская, 2016]. Авторы выделяют шесть самых распространенных способов увеличения данного языкового пласта:

- 1) иноязычные заимствования, включающие в себя лексические единицы из других языков («гоу» в значении «пошли» – от английского *go*);
- 2) аффиксация – образование новых слов с помощью аффиксов («днюха», «нежданчик»). Данный способ широко распространен в языках синтетического типа;
- 3) полисемия – образование новых слов путем выбора одного из семантических значений многозначной лексической единицы («баян» – музыкальный инструмент, или устаревшая шутка);

4) аббревиация, основанная на сокращении слов или словосочетаний («мб» – может быть),

5) заимствования из языка уголовного жаргона с последующим изменением стилистического значения слова («кореш» – друг),

6) метафорика – образование новых единиц на основе переносного значения («базар» – разговор, беседа).

Таким образом, словарный состав сленга непрерывно пополняется новыми единицами при помощи различных способов. Ученые по-разному подходят к данной проблеме, и каждый создает свою классификацию, однако можно выделить способы, встречающиеся чаще всего: иноязычные заимствования, метафорическое употребление, аббревиатуры и семантические изменения.

1.3. Функции молодежного сленга

Среди ученых также не сложилось единого мнения относительно классификации функций сленга. Многие исследователи выделяют функции, основываясь на сфере интересов предметов их изучения.

Так, шотландско-американский лингвист Д. Юл выделяет следующие функции молодежного сленга:

1) идентификация – отождествление себя с определенной социальной, возрастной или гендерной категорией, тем самым демонстрация принадлежности к ней; установление взаимоотношений, сокращение социальной дистанции;

2) коммуникативная функция – средство внутригруппового общения;

3) эмоционально-экспрессивная функция – выражение эмоций и чувств;

4) оценочная функция – выражение отношения говорящего к человеку или предмету, точке зрения на события;

5) манипулятивная функция – оказание влияния на собеседника в целях заставить его действовать определенным образом;

б) творческая функция – выражение мыслей с использованием средств, не имеющих эквивалента в литературном языке;

7) функция передачи конфиденциальной информации [Yule, 2006].

О.Н. Горячева, исследуя речевой багаж студентов экономического отделения НЧ КФУ в возрасте от 17 до 22 лет, также разграничивает функции молодежного сленга, выделяя его основную функцию – инструмента социальных взаимодействий и обмена информацией. Помимо основной функции автор также выделяет дополнительные: 1) источник более качественного формирования, развития и упрочнения внутригрупповых связей, с помощью которого представляется возможным сплочение представителей одной группы; 2) способ различия «своих» и «чужих» [Горячева, 2023].

Следующая авторская классификация функций молодежного сленга основана на общепринятых функциях, выделяемых большинством ученых. В ней авторы выделили три главных функции [Семенова, Метелькова, 2018]:

1. Эстетическая функция является обязательной для сленга, так как он несет в себе эстетический компонент, но, как правило, применима эта функция не в устной речи, а в литературе – в художественных текстах.

2. Эзотерическая функция. Данная функция обеспечивает людей, использующих сленг, уверенностью в том, что их общение между собой будет едва понятным остальным людям, не относящимся к их группе и не посвященным в тот или иной сленг. Это придает ощущение таинственности, а знание такого «шифра» становится пропуском в эту социальную среду и помогает почувствовать свое единство с ними.

3. Фатическая функция. Сленг облегчает молодежи интеграцию в социуме, позволяя быстро найти общий язык со сверстниками за счет использования общего ненормированного языка.

Новозеландско-британский ученый Э. Партридж выделил пятнадцать случаев, когда люди используют сленг [Partridge, 2017]:

1) в веселом расположении духа ради забавы и удовольствия;

- 2) ради демонстрации острого чувства юмора и способности к иронии;
- 3) чтобы быть непохожим на других, показать людям нечто новое;
- 4) привлечь к себе внимание и поразить людей вокруг;
- 5) красочно описать что-либо, не прибегая к скучным и заурядным шаблонам;
- 6) избежать клише, выразить свою мысль в сжатой форме;
- 7) обогатить язык;
- 8) придать приземленность абстрактной мысли, упростить идеальный концепт;
- 9) ослабить или усилить эффект отказа; снизить пафосность; приукрасить или смягчить эмоционально тяжелую мысль;
- 10) найти общий язык с окружающими людьми, польстить выше стоящему;
- 11) создать легкую, дружественную атмосферу;
- 12) стимулировать создание долгосрочных и глубоких отношений;
- 13) показать, что говорящий «свой» и понимает, о чем идет разговор;
- 14) показать, что кто-то не «свой» и ограничить его таким образом от общей группы;
- 15) чтобы не быть понятным другим, присутствующим при разговоре, кроме «своих».

Г.Р. Иванова, исследуя речевую деятельность американских студентов, выделяет следующие функции молодежного сленга [Иванова, 1990]:

1. Номинативно-коммуникативную. Коммуникативная функция сочетается с номинативной из-за того, что наименования в сленге появляются вследствие коммуникативных потребностей. Сленговые единицы, не имеющие эквивалента в литературном языке, обладают большой коммуникативной значимостью.

2. Эмоционально-оценочную, направленную на выражение чувств.

3. Номинативную – назывательную функцию, с помощью которой происходит либо заполнение терминологических лакун, присущих данной группе, либо передача специфики существующего явления.

4. Экспрессивную, заключающуюся в выражении чувств говорящего.

5. Мироззренческую, выражающую жизненную позицию говорящего, его точки зрения относительно мироустройства.

6. Эзотерическую. В данном случае сленг выступает средством обособления группы, возможностью противопоставить себя взрослым, создать некую «эзотерическую» сферу.

7. Функцию экономии времени, связанной с тем, что сленг помогает экономить время и место – пространство написания. Как правило, средством реализации данной функции являются аббревиация и сокращение.

Таким образом, мы можем наблюдать, что вслед за определением и сущностью сленга ученые также не сходятся во мнении и относительно его функций. Одни исследователи приводят обширные классификации, другие лишь указывают на самые важные функции или же основные случаи его использования. Однако некоторые функции сленга (коммуникативная функция; эмотивная функция; функция идентификации) встречаются у большинства исследователей, благодаря чему можно предположить, что они являются основными.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Изучив основную теоретико-методологическую базу нашего исследования, мы пришли к следующим выводам. Существует большое количество подходов к определению кинодискурса, однако в нашей работе кинодискурс представляет собой семиотически осложненный динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межкультурном и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности.

Различают три вида кинодискурса: художественный (постановочный), нехудожественный (хронико-документальный), анимационный (мультипликационный).

Так как главным видом кинодискурса в данной работе является художественный кинодискурс, то было раскрыто данное понятие и были выявлены его основные характеристика. Художественный кинодискурс в рамках данного исследования определяется как коммуникативное событие, протекающее между режиссером и кинозрителями, в ходе которого представляются и осмысляются некоторые сообщения; как совокупность языковых черт, характеризующих киногероев; и как система коммуникативных средств и установок, принятых в сфере культуры.

Художественный кинодискурс обладает рядом отличительных характеристик: аудиовизуальный модус, подготовленность, воспроизводимость, доминирование иконических изобразительных знаков, преобладание художественного стиля речи, экспрессивно-апеллятивная направленность, коллективный распределенный автор, множественный реципиент, реализация в условиях отложенного контакта.

Сленг изучается учеными во всем мире уже на протяжении долгого времени и до сих пор нет единого мнения относительно этого явления. В

нашей работе сленг, в свою очередь, рассматривается как относительно устойчивый для определенного периода, широко употребительный, стилистически маркированный (сниженный) лексический пласт (имена существительные, прилагательные и глаголы, обозначающие бытовые явления, предметы, процессы и признаки), – компонент экспрессивного просторечия, входящего в литературный язык, весьма неоднородный по своим истокам, степени приближения к литературному стандарту, обладающий пейоративной экспрессией.

Сленг представляет собой сложный феномен, у которого до сих пор нет общепризнанных определения, характеристик, функций. Это влечет за собой смешивание сленга с такими терминами, как арго, жаргон, просторечие, несмотря на их значительное различие. Тем не менее, было выделено, что в отличие от сленга, жаргон чаще относится к профессиональному языку, просторечия носят территориальный характер, а арго характерен для преступного мира и используется для сокрытия какой-либо информации.

Понятие «сленг» также можно часто встретить в паре с понятием «молодежный сленг», однако в нашем исследовании мы придерживаемся синонимии данных понятий, так как главной отличительной чертой молодежного сленга является его употребление людьми определенной возрастной категории, что является характерным и для самого сленга.

Кроме того, количество сленговых выражений не остается неизменным. Словарный состав сленга непрерывно пополняется с помощью множества различных способов словообразования и заимствований.

Так как нет единого понимания явления сленга, то различаются и подходы к определению его функций. Ученые не сходятся во мнении относительно единой классификации функций, однако можно выделить функции, встречающиеся в большинстве классификаций: эмотивная функция, номинативная функция, идентификационная функция, что позволяет сделать вывод о том, что именно эти функции сленга реализуются чаще остальных и являются основными.

ГЛАВА 2. АКТУАЛИЗАЦИЯ ФУНКЦИЙ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В БРИТАНСКОМ, АМЕРИКАНСКОМ И АВСТРАЛИЙСКОМ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ КИНОДИСКУРСАХ

2.1. Функции молодежного сленга в британском художественном кинодискурсе

Материалом исследования для анализа функций сленга в британском художественном кинодискурсе был выбран фильм “Your Christmas or mine?” – семейная рождественская романтическая комедия 2022 года с возрастным ограничением 13+, снятая Джимом О’Хенлоном. В фильме рассказывается история молодой влюбленной пары, Джеймса и Хейли, которые решили провести рождество вместе. В данной кинокартине было выявлено 95 сленговых выражений.

Отнесение той или иной лексической единицы к сленгу базируется на ее включении в словари английского сленга Urban Dictionary, The Online Slang Dictionary, Collins Dictionary, на Интернет-ресурсе internetslang.com, также на включении в словари Oxford Dictionary, Cambridge Dictionary, Merriam-Webster Dictionary, Мультитран, а также наличии пометки о том, что лексическая единица является сленгом.

В результате анализа нами была разработана классификация функций молодежного сленга художественного кинодискурса и было выделено четыре функции молодежного сленга, реализуемые в англоязычном художественном кинодискурсе:

- 1) функция единения коммуникантов;
- 2) коммуникативная функция;
- 3) эмоциональная функция;
- 4) оценочная функция.

Функция единения коммуникантов направлена на сближение отношений между коммуникантами, сокращение социальной дистанции и изменение статуса из категории «чужой» на категорию «свой».

Коммуникативная функция предполагает обмен информацией и выступает как средство общения для коммуникантов.

Эмоциональная функция направлена на отражение эмоционального состояния говорящего, что способствует созданию определенного эмоционального фона и атмосферы.

Оценочная функция предполагает выражение оценочного, субъективного, отношения говорящего к какому-либо объекту, лицу или ситуации.

В ходе исследования было выявлено, что в британском фильме “Your Christmas or mine?” сленговые выражения реализуют такие функции, как функция единения коммуникантов (18 случаев реализации), коммуникативная функция (34 случая реализации), эмоциональная функция (33 случая реализации) и оценочная функция (21 случай реализации). При этом стоит отметить, что большая часть случаев употребления сленговых выражений реализует одновременно две функции и не может быть отнесена только к одной.

Рассмотрим реализацию выявленных функций подробнее.

Функция единения коммуникантов, актуализированная 18 сленговыми выражениями, представлена двумя способами ее реализации.

Первый способ – *использование неформальных обращений* (16 сленговых выражений). С помощью таких обращений, как *mate* (6 случаев употребления), *lad* (4 случая употребления), *fella* (2 случая употребления), *pal* (1 случай употребления), *nan* (1 случай употребления), *sis* (1 случай употребления) предполагается установление определенных социальных и возрастных связей между коммуникантами, характеризующихся близкими отношениями и приятельской атмосферой. Создается ощущение общности интересов, единства мышления.

В процессе откровенного разговора два героя фильма, которые не были близки до этого, Джеймс и Джефф затрагивают тему смерти, и герои рассказывают друг другу о том, что они оба потеряли своих матерей. Тогда в их речи появляется неоднократное использование неформальных обращений:

(1) – *Give it here.*

– *Yeah, thanks, mate.*

(2) – *When did you lose her?*

– *It's four years now. Four years to the day.*

– *Oh, I'm sorry, fella.*

(3) – *Oh, mate.*

(4) – *Find us the end of that, will you, mate?*

Согласно Urban Dictionary, лексема с семантикой дружественных отношений *mate* – это существительное, которое обозначает *a friend or companion or it's used as a friendly form of address between men or boys*, а существительное с семантикой дружественных отношений *fella* – это *your friends or people that you like. People you are often with and treat as close people to you* [Urban Dictionary]. С помощью таких обращений герои пытаются выстроить доверительные, дружеские взаимоотношения, выразить поддержку друг другу, демонстрируя близость – Джеймс понимает Джеффа, а Джефф понимает Джеймса, так как им пришлось пережить схожий опыт.

Второй способ – *использование сокращений* (2 сленговых выражения): *impro* (improvisation), *H* (Hayley). Сокращения в речи используются для иллюстрации наличия общей пресуппозиции у коммуникантов. Это также является фактором сближения отношений между людьми.

Джеймс и Хейли – студенты, которые учатся вместе в одном университете, на одной специальности и на одном курсе. Использование Джеймсом сокращенной версии имени Хейли, а именно *H*, вместо *Hayley*, говорит о близости данных персонажей – у них настолько дружественные и близкие отношения, что у них нет необходимости называть друг друга полным именем, а достаточно использовать только одну букву алфавита – первую

букву имени, чтобы всем было понятно, о ком идет речь. Такая форма общения сближает коммуникантов и демонстрирует общность их интересов.

(5) – *Hayley's friend from drama school, Mum! His train got cancelled at Macclesfield, so H texted him saying he could crash here for the night.*

Коммуникативная функция актуализирована 34 сленговыми выражениями и представлена четырьмя способами реализации.

Первый способ – *использование лексических средств выражения вежливости* (3 случая употребления). В данной кинокартине все сленговые выражения, реализующие коммуникативную функцию, представлены одной лексической единицей *cheers*, используемой в различных значениях.

В примере 6 главный герой Джеймс садится в поезд для того, чтобы уехать на нем в родной город своей девушки, где они могли бы вместе отпраздновать рождество. В поисках свободного места он подходит к пожилой паре и спрашивает, может ли он сесть рядом с ними.

(6) – *Is this free?*

– *Yes, love.*

– *Cheers!*

Используя сленговое выражение *cheers* с семантикой благодарности, согласно Urban Dictionary (= *thank you*) [Urban Dictionary], герой реализует коммуникативную функцию сленга, характеризующую сленг как средство общения. Данное сленговое выражение позволяет Джеймсу поблагодарить пожилую пару, не прибегая к использованию литературного языка.

Второй способ – *номинация объектов* (10 сленговых выражений). Данный способ реализован использованием имен существительных для названия уже существующих объектов реальности: *fiveer* (1 случай употребления), обозначающее купюру в пять фунтов, *pamper* (1 случай употребления), обозначающее вечеринку, *tenner* (1 случай употребления), обозначающее купюру в десять фунтов, *grub* (1 случай употребления), обозначающее еду, *mate* (3 случая употребления), обозначающее друга, *cougar* (1 случай употребления), обозначающее старую женщину, влюбленную в

молодого человека, *lad* (1 случай употребления), обозначающее друга, *snitch* (1 случай употребления), обозначающее людей, которые не умеют держать секреты.

В примере 7 дом Хэйли, где находится Джеймс, полон гостей. Между ними случилась небольшая ссора, но не желая портить такой важный праздник, как рождество, они решили разделиться на две группы: мужчин и женщин, и хорошо провести время. Мужчины решили пойти в бар для того, чтобы выпить алкоголя, а женщины решили устроить день отдыха, в результате чего произошел следующий диалог:

(7) – *Boys to the pub!*

– *Girls have a **pamper!***

Согласно Urban Dictionary, существительное с семантикой отдыха *pamper* обозначает *a day that is a dedicated time for indulging in activities that help you relax and rejuvenate* [Urban Dictionary]. Это день, когда девушки могут ни о чем не думать, посетить спа-салон и забыть о ежедневной рутине. Данное сленговое выражение реализует коммуникативную функцию сленга, ведь девушка использует его, несмотря на существующее синонимическое выражение из литературного языка – *rest*, что позволяет коммуникантам обмениваться информацией посредством определенной знаковой системы – сленга.

Третий способ – *использование сокращений* (7 сленговых выражений). Такие выражения, как *gonna* (3 случая употребления), являющееся сокращением от *going to*, *innit* (1 случай употребления), являющееся сокращением от *is not it*, *suppa* (1 случай употребления), являющееся сокращением от *cup of tea*, *choccies* (1 случай употребления), являющееся сокращением от *chocolates*, *impro* (1 случай употребления), являющееся сокращением от *improvisation*, служат не только для экономии времени, но и реализуют коммуникативную функцию сленга, выступая средством общения.

В фильме Джефф должен был встретить на вокзале свою дочь, но та не приехала в положенное время на поезде, и он вернулся домой. Тогда, не

понимая, куда пропала их дочь Хэйли, его жена Кэт начала переживать за нее и настояла на том, чтобы Джефф вернулся на вокзал и нашел ее. Он же, понимая, что Хэйли – взрослая женщина и может самостоятельно добраться до дома, предложил подождать полчаса, чтобы не тратить свое время зря. Вместо бессмысленных, по его мнению, поисков Джефф предложил Кэт отдохнуть и выпить чая – *cuppa* (= cup of tea).

(8) – *Look, Kath, let's give it half an hour, right? We'll have a **cuppa**. If we've not heard from her by then...*

– *Okay, we'll give it exactly half an hour and then you'll go and look for her.*

– *What, no **cuppa**? No **cuppa**...*

В данном примере использование сокращения существительного *cuppa* вместо фразы *cup of tea* обеспечивает процесс взаимодействия и общения героев друг с другом – Кэт понимает, о чем говорит Джефф, несмотря на то, что он использует сленговое выражение.

Четвертый способ – *использование сленговых глаголов и глагольных словосочетаний* (14 сленговых выражений): *screw the brew* (1 случай употребления), *split up* (2 случая употребления), *scrump* (1 случай употребления), *dish the dirt* (1 случай употребления), *chill out* (1 случай употребления), *take it outside* (2 случая употребления), *crack* (1 случай употребления), *mug* (1 случай употребления), *chill* (1 случай употребления), *croak* (1 случай употребления), *snog* (1 случай употребления), *shag* (1 случай употребления). Так как глагол является наиболее используемой частью речи, как в языке в целом, так и в сленге, его чаще остальных используют для реализации коммуникативной функции, обеспечивая людей возможностью обмена информацией.

В следующем примере Хэйли и Джеймс рассказывают о том, как они провели время в семьях друг друга. С Джеймсом произошло много событий в семье Хэйли, поэтому он подробно описывает все, что с ним случилось. Когда рассказ доходит до момента общения Джеймса с членами семьи девушки, он говорит следующее про ее братьев:

(9) – *Well, I was **mugged** by your brothers, groped by your aunt and choked by your nan.*

Согласно Urban Dictionary, сленговое выражение, представленное глаголом с семантикой уничижения *to mag* обозначает *to scam an idiot, and especially a rich idiot whose money is being stolen from under his nose* [Urban Dictionary]. Джеймс не выбирает лексему из литературного языка *steal*, а намеренно использует сленговое выражение с семантикой уничижения, принижая себя и выставляя глупцом в глазах своей девушки, что, однако, создает комичный эффект, так как ее братья еще дети. С помощью данного сленгового выражения герой передает определенную коммуникативную информацию, при этом окрашивая ее дополнительными значениями, без необходимости использования большого количества описывающих ситуацию лексем.

Эмоциональная функция актуализирована 31 сленговым выражением и представлена тремя способами реализации.

Первый способ – *использование глаголов/глагольных словосочетаний с семантикой эмоций* (3 сленговых выражения: *freak out, drive nuts, chill out*). Такие глаголы уже в своем лексическом значении несут семантику эмоций, что наиболее очевидным образом отражает эмоциональное состояние говорящего.

Втайне от матери Хэйли сделала себе татуировку и долгое время скрывала это. Когда ее молодой человек Джеймс оказался в их доме, она попросила его не рассказывать маме о татуировке, иначе та разозлится.

(10) – *My mom 's gonna be **freaking out**.*

Сленговый глагол *freak out* с семантикой потери контроля уже несет в себе значение *to panic, to lose control* [Urban Dictionary], что лишает необходимости использовать другую эмоционально-окрашенную лексику и передает потенциальный эмоциональный настрой мамы Хэйли, не способной контролировать себя в стрессовой ситуации.

Второй способ – *использование восклицательных выражений* (6 сленговых выражений). Использование восклицательных выражений, выраженных существительными с семантикой неожиданности, таких как *shit* (2 случая употребления), *gosh* (1 случай употребления), *bugger* (1 случай употребления), *man alive* (1 случай употребления), *flipping Nora* (1 случай употребления) обусловлено непредсказуемым происхождением ситуаций, повлекших за собой эти выражения. Произнесенные мгновенно, они отражают то эмоциональное состояние говорящего, которое было у него в момент говорения.

В следующем примере Хэйли находится в доме своего молодого человека наедине с его отцом, который не празднует рождество и не украшает дом. Пораженная этим фактом, Хэйли рассказывает ему о том, как празднуют рождество в ее доме.

(11) – *My house is tiny but you should see it at Christmas. **Man alive**, like, we have Advent candles, Advent calendars, we even have this, like, Advent toilet roll that's got, like, the Christmas cracker jokes on it.*

Согласно Urban Dictionary, сленговое выражение *man alive* с семантикой удивления и шока – *used as in the context of shock. Or awe. Usually when said it's exhaggerated. Also used to replace 'oh my god'* [Urban Dictionary]. То же происходит и в данном контексте: вспоминая то, как выглядит ее родной дом во время праздника, Хэйли удивляется так, будто видит его впервые, что создает у зрителей впечатление безумно красиво украшенного дома даже без необходимости показывать его на экране.

Третий способ – *использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской* (21 сленговое выражение). С помощью таких прилагательных с семантикой ярких эмоциональных импульсов, как *bloody* (19 случаев употребления), *cool* (1 случай употребления), *fricking* (1 случай употребления) герои фильма выражают свое эмоциональное состояние и создают определенный эмоциональный фон.

В доме стоит накаленная атмосфера из-за того, что Джеймс поругался с родственниками своей девушки Хэйли и ушел из дома. Джефф, отец Хэйли, ходит по гостиной и ищет пульт от телевизора, который не может найти уже несколько минут.

Джеймс и Хэйли ссорятся, так как узнали, что долгое время обманывали друг друга. Хэйли узнала, что Джеймс не рассказал отцу о том, что учится в драматическом училище, о чем Хэйли догадалась во время общения с отцом Джеймса. Однако сказав, что они учатся вместе, ей пришлось притворяться, что она является студенткой военного училища, ведь отец Джеймса считает, что его сын – будущий военный. Хэйли не смогла долго врать отцу Джеймса и ей пришлось рассказать правду, из-за чего в разговоре Джеймса и Хэйли происходит следующий диалог:

(12) – *And I guess my dad knows about drama school then?*

– *Only after I spent all night pretending I was G.I. **bloody** Jane.*

Согласно Urban Dictionary, прилагательное с семантикой ярких негативных эмоциональных импульсов *bloody* обозначает *a phrase used by the British, to portray anger or sudden shock. It can also be used to emphasise words* [Urban Dictionary]. Использование данного сленгового выражения демонстрирует раздраженность Хэйли, которая не только была обманута, но ей пришлось врать отцу своего молодого человека. Использование данной лексемы также создает напряженную обстановку и накаленную эмоциональную атмосферу вокруг героев.

Оценочная функция актуализирована 21 сленговым выражением и представлена тремя способами реализации.

Первый способ – *использование оценочных прилагательных* (4 сленговых выражения). С помощью таких прилагательных с негативной оценочной семантикой, как *loaded* (2 случая употребления), *saucy* (1 случай употребления), *pigging* (1 случай употребления) выражается оценочное отношение говорящего к объекту или ситуации.

Кэт спорит со своим мужем Джеффом о домашних обязанностях, которые он не выполняет. Она упрекает его в том, что он ничего не делает, и тогда Джефф отвечает, что был чем-то занят "*all pigging day*".

(13) – *You had one job.*

– *What are you on about? I've had loads of jobs, all **pigging** day!*

Collins Dictionary определяет прилагательное *pigging* с негативной оценочной семантикой уничижения как *derogatory* [Collins Dictionary]. Прилагательное с негативной семантикой уничижения сразу дает понять отношение Джеффа к разговору. Он считает этот диалог неприемлемым и желает его закончить.

Второй способ – использование оценочных существительных с негативной оценочной семантикой (14 сленговых выражений): *arshole* (1 случай употребления), *ball ache* (1 случай употребления), *pigs ear* (1 случай употребления), *hell hole* (1 случай употребления), *knob* (1 случай употребления), *freak* (1 случай употребления), *weirdo* (2 случая употребления), *hunt* (1 случай употребления), *ball-baker* (1 случай употребления), *boob tube* (1 случай употребления), *bit* (1 случай употребления), *lad* (1 случай употребления), *git* (1 случай употребления).

Отец Хэйли, Джефф, разговаривает с Джеймсом, ее молодым человеком, о бывшем парне Хэйли, Стиве, о котором Джеймс только что узнал. Джеймс расстроен тем, что Хэйли не рассказывала ему о Стиве, а Джефф хочет его поддержать и успокоить и поэтому говорит следующее:

(14) – *I always thought Steve was a bit of a **knob**, truth be told.*

Существительное с негативной оценочной семантикой *knob* является грубым аналогом для названия мужского полового органа с ярко выраженной негативной семантикой (Urban Dictionary – *the name that is given to an individual that is being a complete moron, idiot or dumb-ass* [Urban Dictionary]). Используя данную лексическую единицу, Джефф демонстрирует отрицательное отношение к Стиву, неодобрительно оценивая его самого и его действия.

Третий способ – использование оценочных глаголов/глагольных словосочетаний (4 сленговых выражения). Глаголы с негативной оценочной семантикой *shag* (2 случая употребления), *kick out* (1 случай употребления), *hit the spot* (1 случай употребления) также выражают отношение говорящего к ситуации.

В начале фильма родители Хэйли обсуждали ее отношения с Джеймсом. Тогда они еще не знали, что Хэйли и Джеймс находятся в романтических отношениях, а думали, что те только друзья. В процессе обсуждения бабушка Хэйли, не произнесшая до этого ни слова, сказала:

(15) – *I told you they were shagging.*

Сленговый глагол с негативной оценочной семантикой сексуальной связи *shag* является более грубым вариантом фразы *have sex*. Используя данную лексическую единицу, бабушка выражает свое отношение к тому, что происходит между Хэйли и Джеймсом – для нее они находятся не только в романтических отношениях, но также имеют глубокую сексуальную связь без обязательств.

Таким образом, выделенные функции молодежного сленга реализуются в картине “Your Christmas or mine?” 95 сленговыми выражениями. Анализ показал, что наиболее часто реализуемыми функциями молодежного сленга в британском художественном кинодискурсе в равной степени являются коммуникативная (34 случая реализации) и эмоциональная (33 случая реализации) функции. В меньшей степени реализуются такие функции, как функция единения коммуникантов (18 случаев реализации) и оценочная функция (21 случай реализации). Кроме того, большая часть сленговых выражений реализует одновременно две функции. Например, такие существительные, как *mate*, *impro*, *lad* реализуют и функцию единения коммуникантов, и коммуникативную функцию, а *lad* также оценочную функцию; глагол с семантикой эмоции успокоения *chill out* реализует коммуникативную и эмоциональную функции, а глагол с негативной оценочной семантикой сексуальной связи *shag* реализует коммуникативную и

оценочную функции. Такие выражения не могут иллюстрировать только одну функцию, потому что функции сленга так или иначе взаимосвязаны и во многом пересекаются, так как невозможно провести четкую границу между ними.

2.2. Функции молодежного сленга в американском художественном кинодискурсе

Материалом исследования для анализа функций сленга в американском художественном кинодискурсе был выбран фильм “Prom pact” – молодежная романтическая комедия 2023 года с возрастным ограничением 13+, снятая Ани Адамс. В фильме рассказывается история выпускницы старшей школы Мэнди Янг, которая хочет поступить в Гарвард, и ради достижения своей цели она готова подружиться с сыном сенатора, который может написать ей рекомендательное письмо. В данной кинокартине было выявлено 174 сленговых выражения.

В ходе исследования было выявлено, что чаще всего в американском фильме “Prom pact” сленговые выражения реализуют такую функцию, как коммуникативная функция (89 случаев реализации), то есть половина от всех представленных сленговых единиц. При этом стоит отметить, что большая часть случаев употребления сленговых выражений реализует одновременно две функции и не может быть отнесена только к одной.

Функция единения коммуникантов, актуализированная 35 сленговыми выражениями, представлена тремя способами ее реализации.

Первый способ – *использование неформальных обращений* (3 сленговых выражения). С помощью таких обращений, выраженных существительными, как *dude* (1 случай употребления), *man* (1 случай употребления), *folks* (1 случай употребления), герои стремятся сократить социальную дистанцию, изменить свой социальный статус с «чужого» на «свой».

Главная героиня фильма Мэнди пошла на вечеринку вместе со своим другом Бэном. Бэн, социально тревожный человек, который раньше никогда не ходил на вечеринки старшеклассников, чувствует себя очень неловко. Тогда он говорит следующую фразу одному из молодых людей:

(16) - *Cody! Yo, what's going on, man?*

Согласно Dictionary.com, существительное *man* – это сленговое выражение с семантикой дружественных отношений, обозначающее *a term of familiar address to a man or a woman* [Dictionary.com]. Используя данное выражение, Бэн пытается наладить отношения с окружающими его людьми, показаться «своим» среди людей, с которыми он никогда раньше не общался. С помощью сленгового выражения с семантикой дружественных отношений Бэн надеется подружиться со старшеклассниками для того, чтобы прочувствовать на себе типичный опыт, который, по его мнению, должен получить каждый в старшей школе.

Второй способ – *использование сокращений* (15 сленговых выражений): *promposal*, являющееся сокращением от *prom proposal* (7 сленговых выражений), *rec*, являющееся сокращением от *recommendation* (8 сленговых выражений). Данные сленговые выражения, выраженные существительными, отражают наличие общей пресуппозиции между героями, использующими эти выражения.

Главные герои, Мэнди и Бэн, которые никогда раньше не ходили на вечеринки и отрицали любые социальные взаимодействия, характерные для подростков, решают изменить свой привычный образ жизни и пойти вместе на выпускной. Тогда Мэнди делает Бэну предложение пойти на выпускной вместе и говорит следующую фразу:

(17) – *Do you accept the terms and conditions of my **promposal** and agree to this prom pact?*

Urban Dictionary определяет существительное *promposal* как *a proposal from one person asking another person to the prom; is the combination of the words "prom" and "proposal"* [Urban Dictionary]. Использование данного сленгового

выражения без объяснения его семантического значения коммуниканту, позволяет понять, что герои относятся к одной социальной и возрастной группе, а также обладают общностью интересов и единством мышления, а именно, Мэнди и Бэн осведомлены о традициях, принятых в старшей школе в отношении выпускного бала – то, как именно старшеклассники называют такой особый вид приглашения в их школе.

Третий способ – *номинация объектов* (16 сленговых выражений). Данный способ реализован использованием имен существительных для названия уже существующих объектов реальности: *Everests* (3 случая употребления), обозначающее группу спортсменов, *catch* (4 случая употребления), обозначающее уловку, *shot* (4 случая употребления), обозначающее удар по мячу, *tweak* (1 случай употребления), обозначающее удар по мячу, *hops* (1 случай употребления), обозначающее высокий уровень способностей к чему-либо, *game* (3 случая употребления), обозначающее хитрый план.

Мэнди и ее друг Бэн ссорятся. Бэн говорит о том, что Мэнди ждет счастливое будущее в Гарварде, а ему придется пойти учиться в местный колледж, где каждый день он будет общаться с людьми, которых он даже не хочет видеть. Тогда Бэн говорит:

(18) – *Some of us are going to an in-state college, like, 20 minutes down the road with half the **Everests** for the next four years, where we gonna have to listen to them wax nostalgic about their high school glory days.*

На протяжении всего фильма Мэнди и Бэн используют существительное *Everest* с семантикой уничтожения для обозначения человека, интересующегося исключительно спортом и не обремененного тяжелыми мыслительными рассуждениями. Urban Dictionary дает схожее определение – *a really smart wanna-be man whore. Generally has a pretty large ego* [Urban Dictionary]. Такие сленговые выражения, понятные только определенной группе лиц, позволяют открыто обмениваться информацией, без

необходимости скрывать предмет обсуждения – тех самых спортсменов, которых не любят и осуждают Мэнди и Бэн.

Коммуникативная функция актуализирована 89 сленговыми выражениями и представлена тремя способами реализации.

Первый способ – *номинация объектов* (9 сленговых выражений). В данном способе сленговые выражения, представленные существительными, заменяют уже существующие в литературном языке имена существительные: *per rally* (1 случай употребления), обозначающее соревнование, *drill* (1 случай употребления), обозначающее репетицию, *vibe* (2 случая употребления), обозначающее атмосферу, *empties* (1 случай употребления), обозначающее пустые стаканы, *daddy issues* (1 случай употребления), обозначающее психологические проблемы, *line* (2 случая употребления), обозначающее флирт, *wannabe* (1 случай употребления), обозначающее человека, привлекающего к себе много внимания.

В примере 19 главная героиня фильма, Мэнди, разговаривает с объектом своего любовного интереса, Грэмом. Герои находятся еще на той стадии отношений, когда они начинают испытывать симпатию друг к другу, однако отказываются это признавать. Они долго общаются, шутят, и после очередной шутки Грэма происходит следующий диалог:

(19) – *Do lines like that work for you*

– *I don't know. I never needed a line.*

Urban Dictionary определяет существительное с семантикой флирта *a line* как *a strand of words used to get hooked up with someone* [Urban Dictionary]. Данное сленговое выражение реализует коммуникативную функцию сленга, так как позволяет коммуникантам обмениваться информацией без необходимости использования литературного языка, а именно позволяет героям говорить о флирте Грэма, не используя лексическую единицу *flirt*.

Второй способ – *использование сокращений* (62 сленговых выражения). В данном способе использование сокращений необходимо не только для экономии времени, но и для донесения необходимой коммуникантам

информации: *gonna* (27 случаев употребления), являющееся сокращением от *going to*, *wanna* (25 случаев употребления), являющееся сокращением от *want to*, *P in a V* (2 случая употребления), являющееся сокращением от *penis in a vagina*, *gotta* (8 случаев употребления), являющееся сокращением от *got to*, *OMW* (1 случай употребления), являющееся сокращением от *on my way*.

В следующем примере главная героиня фильма, Мэнди, разговаривает со школьным тьютором, с которым случайно столкнулась в коридоре школы. Тьютор хочет отправить Мэнди на школьное мероприятие, но девушка не хочет туда идти и говорит следующее:

(20) – *You're not gonna actually make me sit through that thing?*

– *I am.*

Сленговый глагол *gonna* является сокращением грамматической конструкции выражения будущего времени *going to*. Данная лексема обеспечивает коммуникантов возможностью обмена информацией – позволяет Мэнди и тьютору школы понять друг друга даже без использования литературного языка.

Третий способ – *использование сленговых глаголов и глагольных словосочетаний* (17 сленговых выражений): *come on* (9 случаев употребления), *chill* (1 случай употребления), *hook up* (2 случая употребления), *hammer* (1 случай употребления), *lurk* (1 случай употребления), *kick* (1 случай употребления), *bail* (1 случай употребления), *hang with* (1 случай употребления). Центральная часть речи, глагол, реализует не только коммуникативную функцию языка, но и коммуникативную функцию сленга.

В следующем примере главная героиня фильма, Мэнди, общается по дороге в школу со своим лучшим другом Бэном. Они обсуждают личную жизнь друг друга, и далее Мэнди говорит:

(21) – *I bet you've never ever hooked up with a girl.*

Согласно Urban Dictionary, глагол *hook up* обозначает *to have any form of intimacy with a member of the preferred sex that you don't consider a significant other* [Urban Dictionary]. В данном примере именно сленговое выражение *hook*

up позволяет передать коммуникативную информацию о подробностях личной жизни Бэна, без необходимости прибегать к прямолинейным выражениям со стороны Мэнди, которые могут прозвучать грубо в ситуации общения двух друзей.

Эмоциональная функция актуализирована 29 сленговыми выражениями и представлена четырьмя способами реализации.

Первый способ – *использование глаголов/глагольных словосочетаний с семантикой эмоций* (14 сленговых выражений): *freak* (1 случай употребления), *shut up* (5 случаев употребления), *sucks* (2 случая употребления), *screw* (4 случая употребления), *crap* (1 случай употребления), *dump* (1 случай употребления). Благодаря таким глаголам с семантикой негативных эмоций, нет необходимости в дополнительных средствах выражения эмоций.

В следующем примере главная героиня фильма Мэнди извиняется перед своим лучшим другом Бэном за то, что не пришла на его день рождения, а пошла на свидание с другим молодым человеком. В своей речи она использует фразу:

(22) – *I know I **screwed up**, and “I’m sorry” is not enough.*

Согласно Urban Dictionary, глагол с семантикой негативных эмоций провала *screw up* определяется как *to make a mess of something* [Urban Dictionary]. Использование данного сленгового выражения передает негативный эмоциональный настрой героини и ее искреннее сожаление. Через семантику негативных эмоций провала данного глагола Мэнди признает, что не просто провинилась, но полностью виновата перед своим другом и готова искупить вину.

Второй способ – *использование восклицательных выражений* (3 сленговых выражения). Использование восклицательных выражений, таких как *epic fail* (1 случай употребления), *crap* (1 случай употребления), *damn* (1 случай употребления) с семантикой неожиданности обусловлено резким эмоциональным всплеском, за которым следуют неожиданные для самого коммуниканта восклицания.

В следующем примере один из второстепенных персонажей устроил большое выступление для того, чтобы пригласить свою девушку на выпускной. Однако девушка решила, что приглашение приготовил не ее молодой человек, а самый популярный мальчик в школе. Тогда она кричит в восторге и спрашивает, он ли пригласил ее на выпускной, на что ее молодой человек злится и говорит, что это был он. Наблюдая за всей этой ситуацией, один из учеников говорит:

(23) – *Epic fail!*

Urban Dictionary определяет существительное с семантикой неожиданности *epic fail* как *complete and total failure when success should have been reasonably easy to attain* [Urban Dictionary]. Как правило, такое сленговое выражение используется в ситуации разрыва шаблона, когда событие, ожидаемое как успешное, оборачивается провалом, что и происходит в данном контексте – приглашение на выпускной от популярного школьника заканчивается не восторгом девушки, а их ссорой. Восклицательное выражение позволяет мгновенно и емко выразить свое ошеломленное эмоциональное состояние.

Третий способ – использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской (8 сленговых выражений). Прилагательные с семантикой ярких эмоций *crunk* (1 случай употребления), *janky* (1 случай употребления), *cool* (1 случай употребления), *killer* (1 случай употребления), *screwed* (1 случай употребления), *freaking* (2 случая употребления), *pissed* (1 случай употребления) позволяют героям ярко описать свои эмоции и экспрессивно выразить эмоциональное состояние.

В примере 24 главная героиня фильма Мэнди разговаривает со своим лучшим другом. Она влюбилась в одного парня, начала проводить с ним очень много времени и совсем забыла про своего друга. Мэнди пропустила важные для них дни и даже его день рождения. Она очень сожалеет об этом и во время извинений говорит:

(24) – *I mean, I've missed lunches and Friday nights. And your **freaking** birthday!*

В данном случае прилагательное с семантикой акцентирования ярких негативных эмоций *freaking*, которая в Merriam-Webster Dictionary описывается как *used as an intensive* [Merriam-Webster Dictionary], а в Urban Dictionary *a euphemism for fucking* [Urban Dictionary], призвано совсем не для того, чтобы оскорбить друга Мэнди и принизить значимость его дня рождения. Такое сленговое выражение подчеркивает эмоциональный накал героини и ее душевную напряженность из-за своего поступка – она предала свои принципы и поставила молодого человека выше друга в своей шкале ценностей.

Четвертый способ – *использование существительных с яркой эмоциональной окраской* (4 сленговых выражения): *hell* (4 случая употребления) с негативной эмоциональной семантикой злости.

На протяжении всего фильма герои неоднократно используют данный способ реализации эмоциональной функции, который также позволяет передать эмоциональное состояние героев.

(25) – *What the **hell**, Mandy?*

(26) – *Just kidding, I'm not gonna do that. That's corny as **hell**.*

(27) – *We did not go through **hell** for you to give up on Harvard.*

Согласно Dictionary.com, существительное с негативной эмоциональной семантикой злости *hell* обозначает *an intensifier to express surprise, anger, impatience, etc., often in the form of a question beginning with a WH-word* [Dictionary.com]. Данная лексическая единица отражает злость и замешательство, как в примере 25, где лучший друг Мэнди Бэн в порыве гнева спрашивает ее о том, что происходит.

Оценочная функция актуализирована 21 сленговым выражением и представлена тремя способами реализации.

Первый способ – *использование оценочных прилагательных* (14 сленговых выражений). Прилагательные с оценочной семантикой *corny* (1 случай употребления), *hot* (4 случая употребления), *wax* (1 случай

употребления), *damned* (1 случай употребления), *easy peasy* (1 случай употребления), *trashed* (1 случай употребления), *wack* (1 случай употребления), *ansty* (2 случая употребления), *dumb* (2 случая употребления) помогают герою выразить свое отношение к объекту или ситуации.

Главная героиня фильма Мэнди разговаривает со своим другом Бэном о будущем. Мэнди собирается учиться в Гарварде, но перспективы Бэна не такие яркие. Он злится на то, что его подруга не понимает, что не у всех есть возможность учиться в престижном месте, поэтому говорит следующую фразу:

(28) – *Some of us are going to an in-state college, like, 20 minutes down the road with half the Everests for the next four years, where we gonna have to listen to them **wax** nostalgic about their high school glory days.*

Urban Dictionary определяет прилагательное с оценочной семантикой скандальности *wax* как *basically meaning “cool”, “outrageous”* [Urban Dictionary]. Используя данную лексику, Бэн ясно выражает свое негативное отношение к тому будущему, которое его ожидает, а именно выслушивание ностальгических речей по школе от бывших спортсменов, которых он ненавидит.

Второй способ – *использование оценочных существительных* (6 сленговых выражений). Такие существительные с оценочной семантикой, как *dumbass* (1 случай употребления), *skid mark* (1 случай употребления), *stuff* (1 случай употребления), *jock* (2 случая употребления), *dummy* (1 случай употребления) демонстрируют однозначное отношение говорящего к объекту.

Главная героиня фильма Мэнди поссорилась с парнем Грэмом, в которого была влюблена. Мэнди думает, что он изменил ей и предал ее. Тогда Мэнди в порыве гнева говорит:

(29) – *He’s just an entitled **dumbass** who uses his nice smile and male privilege to fail up and become king of the Everest.*

Urban Dictionary определяет существительное с оценочной семантикой глупости *dumbass* как *a person that does actions that are unfavorable and seen by*

others as stupid [Urban Dictionary]. С помощью данного сленгового выражения Мэнди демонстрирует свое негативное отношение к Грэму, оскорбляя его и называя его недалеким человеком из-за его предательства и измены, которые являются для нее непростительными поступками.

Третий способ – использование оценочных глаголов/глагольных словосочетаний (1 сленговое выражение): *eat up* (1 случай употребления) с оценочной семантикой уничижения.

В примере 30 один из главных героев фильма, Бэн, обсуждает со своей подругой фильм, который они только что посмотрели. Подруга говорит о том, что фильм был довольно простым с очевидными сюжетными поворотами, которые люди все же любят. Тогда Бэн отвечает:

(30) – *People eat that stuff up.*

Согласно Dictionary.com, глагол с оценочной семантикой уничижения *eat up* обозначает *to listen to with enthusiasm or appreciation* [Dictionary.com]. С помощью такого сленгового выражения Бэн выражает свое уничижительное отношение к людям, как к простым потребителям, которые готовы принять даже довольно примитивный и незамысловатый фильм, что в значительной мере делает его лучше в сравнении с таким «простым народом» и возвышает в глазах подруги.

Таким образом, функции сленга реализуются в картине “Prom pact” 174 сленговыми выражениями. Анализ показал, что наиболее частотной реализуемой функцией молодежного сленга в американском художественном кинодискурсе является коммуникативная функция – 89 сленговых выражений, что составляет половину от всех сленговых выражений, используемых в данном фильме. Из них 63 сленговых выражения приходятся на использование сокращений, что составляет больше трети всех сленговых выражений фильма. Это говорит о том, что в американском художественном кинодискурсе сленг используется довольно часто, но при этом сами сленговые выражения являются однообразными. Кроме того, большая часть всех сленговых выражений может реализовывать более, чем одну функцию. Например,

сленговое выражение *dumbass*, которое реализует оценочную функцию, может также иллюстрировать эмоциональную функцию, поскольку передает не только отношение главной героини к Грэму, но и те эмоции, которые она испытывала, когда говорила эти слова. А существительное *dude* может реализовывать не только функцию единения коммуникантов, но и коммуникативную функцию, так как она служит в том числе для привлечения внимания человека и последующего обмена информацией. Такие выражения не могут реализовывать только одну функцию, потому что функции сленга так или иначе взаимосвязаны и во многом пересекаются, так как невозможно провести четкую границу между ними.

2.3. Функции молодежного сленга в австралийском художественном кинодискурсе

Материалом исследования для анализа функций сленга в австралийском художественном кинодискурсе был выбран фильм “Go Karts!” – молодежный фильм со спортивной тематикой 2020 года с возрастным ограничением 13+, снятый Оуэном Тревором. В фильме повествуется история Джека, который недавно переехал в новый город со своей матерью. Во время летних школьных каникул он решает попробовать новое хобби, а именно, занятия картингом, чтобы найти новых друзей на новом месте. В данной кинокартине было выявлено 146 сленговых выражений.

В ходе исследования было выявлено, что чаще всего в австралийском фильме “Go Karts!” сленговые выражения реализуют 2 функции: коммуникативную функцию (66 случаев реализации) и функцию единения коммуникантов (41 случай реализации). При этом стоит отметить, что большая часть случаев употребления сленговых выражений реализует одновременно две функции и не может иллюстрировать только одну.

Функция единения коммуникантов, актуализированная 41 сленговым выражением, представлена двумя способами ее реализации.

Первый способ – использование неформальных обращений (37 сленговых выражений). Такие обращения, выраженные существительными с семантикой дружественных отношений, как *man* (6 случаев употребления), *dude man* (4 случая употребления), *mate* (17 случаев употребления), *dude* (2 случая употребления), *son* (2 случая употребления), *folks* (2 случая употребления), *buddy* (1 случай употребления), *bloke* (1 случай употребления), *bestie* (2 случая употребления), помогают героям наладить общение, облегчить социальное взаимодействие, путем сближения и уменьшения социальной дистанции.

В следующей ситуации главный герой фильма Джек был пойман офицером полиции за вождение машины без прав. Джек пытался оправдать себя тем, что он ездил на безлюдной улице и, соответственно, не представлял ни для кого угрозы. Однако такое оправдание не устроило офицера, и он сказал следующую фразу:

(31) – *That's not a good enough reason, mate.*

Согласно Urban Dictionary, существительное с семантикой дружественных отношений *mate* обозначает *it's used as a friendly form of address between men or boys* [Urban Dictionary]. Только исходя из определения данного сленгового выражения, мы уже можем сказать о позитивном настрое офицера полиции по отношению к Джеку. Он действительно хотел вразумить молодого человека, а вовсе не наказывать его. Используя данную лексику, офицер демонстрирует свой дружественный настрой и желание эмоционального сближения с Джеком для того, чтобы парень воспринимал его как «своего» и не был негативно настроен.

Второй способ – номинация объектов (4 сленговых выражения). Такие сленговые существительные, как *shot* (1 случай употребления), обозначающее шанс, *donut* (3 случая употребления), обозначающее движение на машине по кругу, создают ощущение наличия общей пресуппозиции у коммуникантов, что способствует их социальному сближению.

Главный герой фильма Джек, не имея водительских прав, взял машину матери и отправился на пустую парковку, чтобы ездить кругами с «заносом» машины (в русском сленге известно, как «дрифт»). Офицер полиции остановил Джека и в процессе их разговора произнес следующую фразу:

(32) – *You were chucking **donuts** in an empty car park, son.*

Merriam-Webster Dictionary определяет существительное *donut* как *a controlled skid that sends an automobile into a tight circle of at least 360 degrees* [Merriam-Webster Dictionary]. Как известно из примера 31, офицер полиции был нацелен на создание позитивной атмосферы в общении с Джеком для успешной дальнейшей коммуникации. Для этой же цели он использовал сленговое выражение *donut*, демонстрирующее его знание современной молодежной лексики для создания эффекта общей пресуппозиции с молодым парнем, нарушающим закон.

Коммуникативная функция актуализирована 66 сленговыми выражениями и представлена тремя способами реализации.

Первый способ – *номинация объектов* (4 сленговых выражения): *line* (1 случай употребления), обозначающее фразу для флирта, *fun-ness* (2 случая употребления), обозначающее веселье, *nuts* (1 случай употребления), обозначающее мужской половой орган. Такие существительные, заменяющие лексические единицы, уже существующие в литературном языке, позволяют коммуникантам выполнить основную функцию как языка, так и сленга – коммуникативную.

В примере 33 главный герой фильма Джек и его новый друг Колин обсуждают главного антагониста фильма Дина. Джек должен участвовать в соревнованиях по картингу против Дина, но тот ломает его карт, ставя под вопрос участие Джека. Колин сильно злится и переживает за своего друга, поэтому говорит:

(33) – *Personally, I'd rather hit him in the **nuts**, but...*

Согласно Cambridge Dictionary, существительное с семантикой сексуализации *nuts* обозначает *an rude word for testicles (= round male sex*

organs that produce sperm) [Cambridge Dictionary]. Данное сленговое выражение позволяет Джеку и Колину обмениваться информацией, несмотря на то, что в литературном языке уже существует точный аналог для этой лексемы (например, *testicles*).

Второй способ – *использование сокращений* (31 сленговое выражение): *gonna* (28 случаев употребления), являющееся сокращением для *going to*, *wanna* (3 случая употребления), являющееся сокращением для *want to*. Такие сленговые сокращения глаголов помогают говорящему донести определенную информацию до слушающего.

Главный герой фильма Джек хочет участвовать в соревнованиях по картингу и поэтому устраивается на работу к владельцу карт-клуба Патрику, чтобы тот вместо оплаты позволил Джеку кататься на картах. Патрик же заставляет Джека выполнять задачи, кажущиеся Джеку бессмысленными: мыть машины ногами, красить гараж головой, вручную поливать поле для картинга, когда у него есть специальное оборудование. Поработав так несколько дней, Джек, раздраженный, разговаривает с Патриком и говорит следующую фразу:

(34) – *I don't wanna be doing any more of this spraying or painting or cleaning with my feet.*

Согласно Urban Dictionary, глагол с семантикой желания *wanna* – *short for want to* [Urban Dictionary]. Такое сленговое выражение обеспечивает коммуникантов средством для общения.

Третий способ – *использование сленговых глаголов и глагольных словосочетаний* (31 сленговое выражение). Такие лексемы, как *come on* (22 случая употребления), *google* (2 случая употребления), *chuck* (1 случай употребления), *facetime* (3 случая употребления), *drop off* (1 случай употребления), *catch* (1 случай употребления), *blabber on* (1 случай употребления), позволяют коммуникантам понять друг друга без необходимости использования литературного языка.

В примере 35 главный герой фильма Джек разговаривает со своим тренером Патриком. Патрик не любит много рассказывать про свою прошлую жизнь, поэтому Джек почти ничего о нем не знает. Тогда он решает попробовать найти информацию о Патрике в интернете, а после во время их разговора говорит:

(35) – *When I googled you, it said that you retired from racing in the middle of the season.*

Urban Dictionary определяет глагол *google* как *to search for a term or terms using the Google search engine* [Urban Dictionary]. Данное сленговое выражение выступает средством общения для Джека и Патрика, обеспечивая процесс взаимодействия и общения коммуникантов и позволяя им понять друг друга, через использования сленгового выражения и без необходимости использования литературной лексики.

Эмоциональная функция актуализирована 21 сленговым выражением и представлена тремя способами реализации.

Первый способ – *использование глаголов/глагольных словосочетаний с семантикой эмоций* (8 сленговых выражений): *go off* (1 случай употребления), *piss off* (2 случая употребления), *get out* (2 случая употребления), *screw* (1 случай употребления), *suck* (1 случай употребления), *shut up* (1 случай употребления). Такие сленговые выражения уже несут в себе семантику негативного эмоционального состояния и не требуют каких-либо дополнительных лексических средств.

В следующем примере главный герой фильма Джек проиграл соревнование по картингу и из-за своего плохого настроения поссорился со всей своей командой. Он понял, что сделал глупость только позже, когда немного успокоился. Тогда в разговоре со своей мамой он комментирует то, что произошло, следующей фразой:

(36) – *I managed to piss off everyone on my team, and you don't want me to do it anyway.*

Urban Dictionary определяет глагол с семантикой негативного эмоционального состояния раздражения *piss off* как *to get someone mad* [Urban Dictionary]. Используя именно это сленговое выражение, Джек выражает свое раздражение от произошедшего и передает чувства злости и разочарования своей командой и друзьями. Благодаря данной лексеме у него нет необходимости обращаться к другой эмоционально-окрашенной лексике для более глубокого пояснения ситуации.

Второй способ – использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской (10 сленговых выражений): *cool* (9 случаев употребления), *epic* (1 случай употребления). Именно прилагательные с семантикой позитивного эмоционального состояния радости, как часть речи, как правило, используются больше всего для передачи каких-либо эмоций, так как чаще остальных частей речи являются эмоционально-окрашенными и несут в себе соответствующую семантику.

В примере 36 главный герой фильма Джек общается с девушкой, которая ему понравилась – Мэнди. Мэнди рассказывает Джеку о своих больших планах на будущее, а именно о том, что однажды она хочет стать механиком на соревнованиях Формулы 1, потому что увлекается ремонтом машин, и гонки – ее страсть. Джек рад, что у Мэнди есть такие цели, из-за чего происходит следующий диалог:

(36) – *I wanna work in Formula 1 one day. – Cool!*

Согласно Urban Dictionary, прилагательное с семантикой позитивного эмоционального состояния радости *cool* – это *a word that describes someone or anyone or anything that is interesting and well liked* [Urban Dictionary]. Благодаря именно этому сленговому выражению мы можем понять радостный эмоциональный настрой Джека относительно новой для него информации – он однозначно счастлив за Мэнди и поддерживает ее в ее начинаниях.

Третий способ – использование существительных с яркой эмоциональной окраской (3 сленговых выражения) – *hell* (3 случая употребления). Такие сленговые выражения с негативной эмоциональной

семантикой злости позволяют героям кратко, но при этом полно и емко передать свои эмоции и описать то, что они чувствуют в данный момент.

В следующем примере Джек ждет Мэнди вечером около ее дома. Мэнди не знает, что ее ожидают, поэтому спокойно выходит, не видя Джека, который стоит в тени за деревом. Как только Джек выходит из тени и здоровается с Мэнди, девушка вскрикивает от неожиданности, заявляет Джеку, что тот напугал ее и говорит:

(37) – *Man, you scared the **hell** out of me.*

Согласно Dictionary.com, существительное с негативной эмоциональной семантикой злости *hell* обозначает *an intensifier to express surprise, anger, impatience, etc., often in the form of a question beginning with a WH-word* [Dictionary.com]. Данное сленговое выражение в полной степени передает рассерженное эмоциональное состояние Мэнди в тот момент, когда Джек напугал ее. Мы можем сделать вывод о том, что ее испуг был в крайней степени сильным, так как девушке было недостаточно использовать глагол *scared*, который не обладает семантикой злости, но пришлось добавить эмоционально-окрашенное сленговое выражение.

Оценочная функция актуализирована 18 сленговыми выражениями и представлена двумя способами реализации.

Первый способ – *использование оценочных прилагательных* (8 сленговых выражений): *dim-witted* (1 случай употребления), *zippy* (1 случай употребления), *easy breezy* (3 случая употребления), *cocky* (1 случай употребления), *ass clown* (1 случай употребления), *the lamest* (1 случай употребления), которые позволяют героям продемонстрировать свое однозначное отношение к какому-либо человеку, предмету, явлению или ситуации.

В примере 38 главный герой фильма Джек общается со своим новым другом Колином. Группа парней плохо относится к Колину: часто обзывает его и избивает, однако, Колин – слишком застенчивый парень, чтобы хоть как-

то ответить на их издевательства. Поэтому, когда Джек спрашивает у Колина, почему те парни издеваются над ним, он отвечает:

(38) – *I know, they are **dim-witted** vulgarians, but I prefer to just ignore them and get on with my day.*

Urban Dictionary дает следующее определение прилагательному с оценочной семантикой оскорбления *dim-witted* – *technically, the biggest moron on earth* [Urban Dictionary]. Используя по отношению к своим обидчикам данное сленговое выражение с яркой негативной семантикой оскорбления, Колин четко дает понять свое отношение к ним. Благодаря данному сленговому выражению мы понимаем, что Колин не просто не замечает издевательства в свою сторону, а презирает молодых людей, считая их глупыми и недостойными.

Второй способ – *использование оценочных существительных* (10 сленговых выражений). Такие сленговые единицы с оценочной семантикой, как *dump* (1 случай употребления), *hot water* (1 случай употребления), *bug* (1 случай употребления), *stuff* (6 случаев употребления), *toast* (1 случай употребления), ярко отражают оценочные суждения героев фильма относительно чего бы то ни было.

В примере 39 главному герою Джеку, который собирается участвовать в соревнованиях по картингу, сломали его карт. Он надеется, что машину все еще можно починить, поэтому обращается за помощью к Мэнди, которая умеет чинить карты. Мэнди осматривает машину, обдумывает, что она может сделать, а затем говорит следующее:

(39) – *We need a new brake disc. This one is **toast**.*

Согласно Urban Dictionary, существительное с негативной оценочной семантикой разрушения *toast* обозначает *destroyed, terminated, ceased functioning, ended abruptly by external forces* [Urban Dictionary]. Используя данное сленговое выражение, Мэнди не только сообщает, что тормозной диск невозможно починить, но выражает свое однозначное отношение тому, в каком состоянии он находится, а именно – в полнейшем разрушении.

Таким образом, функции сленга реализуются в картине “Go Karts!” 146 сленговыми выражениями. Анализ показал, что наиболее часто реализуемыми функциями молодежного сленга в австралийском художественном кинодискурсе являются коммуникативная функция (66 случаев реализации) и функция единения коммуникантов (41 случай реализации). Такие функции, как эмоциональная функция (21 случай реализации) и оценочная функция (18 случаев реализации) представлены в австралийском художественном кинодискурсе в меньшей степени. Кроме того, большая часть сленговых выражений реализует одновременно две функции. Например, сленговое выражение *google* может реализовывать не только коммуникативную функцию, но и функцию единения коммуникантов, так как данная сленговая единица может быть использована в том числе для определения «своих» среди «чужих», а именно дифференцировать общество по возрастному признаку: молодое поколение, которое находится в современном цифровом контексте, и более взрослое поколение, которое может быть не знакомо со сленговыми выражениями, связанными с цифровым миром. Кроме того, сленговое выражение *dim-witted* может иллюстрировать не только к оценочной функции, но и к эмоциональной функции, так как оно демонстрирует, в том числе, эмоциональное состояние героя, использующего данную лексему, которому не приятно говорить о своих обидчиках, а не только характеризует этих людей в его глазах. Такие выражения не могут реализовывать только одну функцию, потому что функции сленга так или иначе взаимосвязаны и во многом пересекаются, так как невозможно провести четкую границу между ними.

2.4. Сравнительный анализ актуализации функций молодежного сленга в британском, американском и австралийском художественных кинодискурсах

Для выявления сходств и различий в реализации функций молодежного сленга в британском, американском и австралийском художественных кинодискурсах необходимо провести анализ актуализации этих функций.

В ходе анализа было выявлено, что в художественном кинодискурсе всех трех лингвокультур используется один и тот же набор функций сленга: функция единения коммуникантов, коммуникативная функция, эмоциональная функция и оценочная функция. Способы реализации каждой из функций имеют только незначительные различия (таблица 1).

Таблица 1. Способы реализации функций сленга в англоязычном художественном кинодискурсе

| Функции сленга | Британский художественный кинодискурс | Американский художественный кинодискурс | Австралийский художественный кинодискурс |
|--------------------------------|--|--|--|
| Функция единения коммуникантов | 1. Использование неформальных обращений. 2. Использование сокращений. | 1. Использование неформальных обращений. 2. Использование сокращений. 3. Номинация объектов. | 1. Использование неформальных обращений. 2. Номинация объектов. |
| Коммуникативная функция | 1. Использование лексических средств выражения вежливости. 2. Номинация объектов. 3. Использование сокращений. 4. Использование сленговых глаголов и глагольных словосочетаний. | 1. Номинация объектов. 2. Использование сокращений. 3. Использование сленговых глаголов и глагольных словосочетаний. | 1. Номинация объектов. 2. Использование сокращений. 3. Использование сленговых глаголов и глагольных словосочетаний. |
| Эмоциональная функция | 1. Использование глаголов и глагольных словосочетаний с семантикой эмоций. | 1. Использование глаголов и глагольных словосочетаний с семантикой эмоций. | 1. Использование глаголов и глагольных словосочетаний с семантикой эмоций. |

| Функции сленга | Британский художественный кинодискурс | Американский художественный кинодискурс | Австралийский художественный кинодискурс |
|-------------------|---|--|---|
| | 2. Использование восклицательных выражений. 3. Использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской. | 2. Использование восклицательных выражений. 3. Использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской. 4. Использование существительных с яркой эмоциональной окраской. | 2. Использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской. 3. Использование существительных с яркой эмоциональной окраской. |
| Оценочная функция | 1. Использование оценочных прилагательных. 2. Использование оценочных существительных. 3. Использование оценочных глаголов и глагольных словосочетаний. | 1. Использование оценочных прилагательных. 2. Использование оценочных существительных. 3. Использование оценочных глаголов и глагольных словосочетаний. | 1. Использование оценочных прилагательных. 2. Использование оценочных существительных. |

Так, в британском художественном кинодискурсе **функция единения коммуникантов** представлена двумя способами реализации: использование неформальных обращений (*lad, pal*) и использование сокращений (*impro, H*), в американском художественном кинодискурсе функция единения коммуникантов представлена тремя способами реализации: использование неформальных обращений (*man, folks*), использование сокращений (*promposal, rec*) и номинация объектов (*Everest, game*), а в австралийском художественном кинодискурсе функция единения коммуникантов представлена двумя способами реализации: использование неформальных обращений (*dude man, buddy*) и номинация объектов (*shot, donut*). **Коммуникативная функция** в британском художественном кинодискурсе представлена четырьмя способами реализации: использование лексических средств выражения вежливости (*cheers*), номинация объектов (*fiver, tenner*), использование сокращений (*innit, supra*) и использование сленговых глаголов и глагольных словосочетаний

(*split up, chill out*), а в американском и австралийском художественных кинодискурсах коммуникативная функция представлена тремя способами реализации: номинация объектов (*vibe, nuts*), использование сокращений (*gonna, wanna*), использование сленговых глаголов и глагольных словосочетаний (*hook up, google*). **Эмоциональная функция** в британском художественном кинодискурсе представлена тремя способами реализации: использование глаголов и глагольных словосочетаний с семантикой эмоций (*freak out, drive nuts*), использование восклицательных выражений (*shit, man alive*) и использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской (*bloody, cool*). В американском художественном кинодискурсе эмоциональная функция представлена четырьмя способами реализации: использование глаголов и глагольных словосочетаний с семантикой эмоций (*screw, shut up*), использование восклицательных выражений (*epic fail, damn*), использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской (*crunk, freaking*) и использование существительных с яркой эмоциональной окраской (*hell*). В австралийском художественном кинодискурсе эмоциональная функция представлена тремя способами реализации: использование глаголов и глагольных словосочетаний с семантикой эмоций (*piss off, suck*), использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской (*cool, epic*) и использование существительных с яркой эмоциональной окраской (*hell*). **Оценочная функция** в британском и американском художественных кинодискурсах представлена тремя способами реализации: использование оценочных прилагательных (*pigging, dumb*), использование оценочных существительных (*weirdo, asshole, dumbass*) и использование оценочных глаголов и глагольных словосочетаний (*shag, eat up*). В австралийском же художественном кинодискурсе эта функция представлена двумя способами реализации: использование оценочных прилагательных (*cocky, easy breezy*) и использование оценочных существительных (*dump, toast*).

Однако стоит отметить, что только в британском художественном кинодискурсе при реализации коммуникативной функции используется такой

способ, как использование лексических средств выражения вежливости. Это может быть связано с отличительной чертой британской культуры – вежливость является национальной чертой британского характера и является неотъемлемой чертой коммуникативного поведения британцев.

В результате анализа в британском художественном кинодискурсе было выявлено 95 сленговых выражений, в американском художественном кинодискурсе – 174 сленговых выражения, а в австралийском художественном кинодискурсе – 146 сленговых выражений. При подсчете уникальных сленговых выражений (сленговых единиц без учета их повторений) в каждом из художественных кинодискурсов было выявлено, что в британском художественном кинодискурсе существует 63 уникальных сленговых выражения, что составляет 66% от общего количества сленговых выражений. В американском художественном кинодискурсе представлено 62 уникальных сленговых выражения, что составляет 35% от общего количества сленговых выражений. В австралийском художественном кинодискурсе было выявлено 42 уникальных сленговых выражения, что составляет 28% от общего количества сленговых выражений в данном кинодискурсе. Это позволяет нам сделать вывод о том, что британский художественный кинодискурс является наиболее разнообразным с точки зрения уникальности сленговых выражений – более половины сленговых выражений являются уникальными и не повторяются. Наименее разнообразный с точки зрения уникальности сленговых выражений кинодискурс – австралийский кинодискурс. Несмотря на большое количество сленговых единиц, каждое третье из них является повторяющимся.

Также присутствуют значительные различия в частотности реализации той или иной функции сленга в каждом из художественных кинодискурсов. В британском художественном кинодискурсе чаще всего реализуются коммуникативная функция (34 случая реализации) и эмоциональная функция (33 случая реализации). В американском художественном кинодискурсе чаще всего реализуется коммуникативная функция (89 случаев реализации). В

австралийском художественном кинодискурсе чаще всего реализуются две функции: коммуникативная функция (66 случаев реализации) и функция единения коммуникантов (41 случай реализации). Коммуникативная функция является одной из самых частотных функций в каждой из лингвокультур, так как эта функция является основной функцией языка и, как следствие, основной функцией сленга, что оказывает значительное влияние на частотность реализации этой функции. Что касается других различий в частотности использования функций сленга в художественных кинодискурсах, это может быть объяснено их культурными различиями. Несмотря на то, что британскую лингвокультуру не принято считать одной из самых эмоциональных культур, согласно нашему анализу, британцы демонстрируют повышенную эмоциональность при использовании сленговых выражений (*chill out, freaking out, shit, man alive, bloody*). Также наше исследование демонстрирует, что австралийцы склонны к принятию попыток сближения с другими участниками общения, к стремлению быстрого перехода из категории «чужой» в категорию «свой» (*dude man, mate, folks, buddy, donut*).

Кроме того, каждый из анализируемых фильмов различается тематически: рождество в британском художественном кинодискурсе, школа и обучение в американском художественном кинодискурсе и спорт в австралийском художественном кинодискурсе. В ходе анализа было выявлено, что тематика фильма не отражается на сленге, используемом в картинах. К тематически-привязанным сленговым единицам можно отнести два сленговых выражения из американского художественного кинодискурса: *promposal, pep rally* и одно сленговое выражение из австралийского художественного кинодискурса: *donut*. Исходя из малочисленности таких выражений, можно сделать вывод о том, что тематика кинокартины не влияет на то, какие сленговые выражения используются героями.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В британском художественном кинодискурсе в фильм 2022 года “You Christmas or mine?” было выявлено 95 сленговых выражений, в американском художественном кинодискурсе в фильме 2023 года “Prom pact” – 174 сленговых выражения, а в австралийском художественном кинодискурсе в фильме 2020 года “Go Karts!” – 146 сленговых выражения. Все сленговые выражения проиллюстрировали реализацию четырех функций сленга авторской классификации: функции единения коммуникантов (направлена на сближение отношений между коммуникантами), коммуникативной функции (предполагает обмен информацией), эмоциональной функции (направлена на отражение эмоционального состояния) и оценочной функции (предполагает выражение оценочного, субъективного, отношения говорящего к чему-либо).

Отнесение той или иной лексической единицы к сленгу базировалось на ее включении в словари английского сленга Urban Dictionary, The Online Slang Dictionary, Collins Dictionary, на Интернет-ресурсе internetslang.com, также на включении в словари Oxford Dictionary, Cambridge Dictionary, Merriam-Webster Dictionary, Мультитран, а также наличии пометки о том, что лексическая единица является сленгом.

В результате анализа было выявлено, что в британском художественном кинодискурсе наиболее частотными являются коммуникативная функция (34 случая реализации) и эмоциональная функция (33 случая реализации). В американском художественном кинодискурсе наиболее частотной является коммуникативная функция (89 случаев реализации). В австралийском художественном кинодискурсе наиболее частотными являются две функции: коммуникативная функция (66 случаев реализации) и функция единения коммуникантов (41 случай реализации).

Функции сленга были представлены следующими способами реализации функций сленга: использование неформальных обращений, использование сокращений, номинация объектов, использование лексических

средств выражения вежливости, использование глаголов и глагольных словосочетаний, использование глаголов и глагольных словосочетаний с семантикой эмоций, использование восклицательных выражений, использование прилагательных с яркой эмоциональной окраской, использование существительных с яркой эмоциональной окраской, использование оценочных прилагательных, использование оценочных существительных, использование оценочных глаголов и глагольных словосочетаний. Количество и разнообразие способов варьировалось в зависимости от той или иной лингвокультуры, однако значительных различий выявлено не было.

Кроме того, было выявлено, что сленг в британском художественном кинодискурсе является наиболее уникальным и разнообразным, так как количество уникальных сленговых выражений составляет 66% от общего количества сленговых выражений. Художественным кинодискурсом с наименее разнообразным сленгом является австралийский художественный кинодискурс, так как количество уникальных сленговых выражений составляет только 28% от общего количества сленговых выражений.

Также было определено, что тематика кинокартины никак не отражается в разнообразии сленговых единиц, так как из трех фильмов только три сленговых выражения были связаны с тематикой фильма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сленг является особым языковым феноменом, который не только отражает культурные особенности общества, но и выполняет разнообразные функции в речи. Именно поэтому объектом исследования данной работы стало такое многогранное явление, как сленг.

Основным определением понятия кинодискурса в работе стало определение Ю.В. Сургай. Ученый определяет кинодискурс как «процесс воспроизведения и восприятия кинотекста, который включает в себя наличие конкретных пространственно-временных условий, участников, обладающих определенным культурным багажом, опытом и суммой знаний».

В современной лингвистике кинодискурс подразделяется на три основных вида: художественный (постановочный), нехудожественный (хронико-документальный), анимационный (мультипликационный).

Художественный кинодискурс мы определяем, вслед за С.И. Юткевичем, как коммуникативное событие, протекающее между режиссером и кинозрителями, в ходе которого представляются и осмысляются некоторые сообщения; как совокупность языковых черт, характеризующих киногероев; и как система коммуникативных средств и установок, принятых в сфере культуры.

Существует разграничение между сленгом и такими смежными понятиями, как просторечие, жаргон, арго, так как нередко эти явления используют как синонимичные. В отличие от сленга, жаргон чаще относят к профессиональному языку, основа просторечий – территориальный характер, а основная функция арго – сокрытие предмета коммуникации.

Сленг был определен, вслед за В.А. Хомяковым, как «относительно устойчивый для определенного периода, широко употребительный, стилистически маркированный (сниженный) лексический пласт (имена существительные, прилагательные и глаголы, обозначающие бытовые явления, предметы, процессы и признаки), – компонент экспрессивного

просторечия, входящего в литературный язык, весьма неоднородный по своим истокам, степени приближения к литературному стандарту, обладающий пейоративной экспрессией».

Анализ различных классификаций сленга показал, что некоторые функции сленга (коммуникативная функция; эмотивная функция; функция идентификации) встречаются у большинства исследователей, благодаря чему можно предположить, что они являются основными.

Нами были выделены 4 функции сленга, которые реализуются в каждом из трех англоязычных художественных кинодискурсах:

1. Функция единения коммуникантов – функция, направленная на сближение отношений между коммуникантами, сокращение социальной дистанции и изменение статуса из категории «чужой» на категорию «свой».

2. Коммуникативная функция – функция, предполагающая обмен информацией и выступающая как средство общения между коммуникантами.

3. Эмоциональная функция – функция, направленная на отражение эмоционального состояния говорящего, что способствует созданию определенного эмоционального фона и атмосферы.

4. Оценочная функция – функция, предполагающая выражение оценочного, субъективного, отношения говорящего к какому-либо объекту, лицу или ситуации.

Каждая из четырёх функций сленга актуализируется различными способами. В каждом англоязычном художественном кинодискурсе у этих способов есть небольшие отличия, но в большей степени они повторяются и не имеют значительных расхождений.

В британском художественном кинодискурсе наиболее частотными являются коммуникативная функция (34 случая реализации) и эмоциональная функция (33 случая реализации) – *cheers, fiver, freak out, gosh*. В американском художественном кинодискурсе наиболее частотной является коммуникативная функция (89 случаев реализации) – *gonna, wanna, gotta*. В австралийском художественном кинодискурсе наиболее частотными являются

две функции: коммуникативная функция (66 случаев реализации) и функция единения коммуникантов (41 случай реализации) – *line, gonna, mate, dude man*.

Подводя итог, можно сказать, что такое явление, как сленг, продолжает активно развиваться и пополняться, как языковой пласт, каждый день. Сленг давно стал неотъемлемой частью нашей жизни, однако, изучен он далеко не полностью и существует ещё множество направлений для исследований этого явления, что ещё раз подтверждает необходимость и актуальность этой темы.

Перспективы дальнейшего исследования: 1) проведение анализа в диахроническом аспекте с рассмотрением функций сленга, реализуемых в более ранние периоды времени, 2) проведение сравнительного анализа с привлечением материала на другом языке, 3) анализ реализации функций сленга в контексте кинокартин с более высоким возрастным ограничением.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амирханова К.М., Харькова Е.В. Способы словообразования в молодежном сленге русского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 10 (64). С. 161–163.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л.: Просвещение, 1981. 295 с.
3. Баранникова Л.И. О социально-исторической обусловленности развития разговорной речи // Общее и русское языкознание. 2005. С. 18–25.
4. Бердигулова Н.А. Молодежный сленг // Эл агартуу. № 3-4. 2020. С. 34–39.
5. Береговская Э.М. Молодежный сленг. Формирование и функционирование // Вопросы языкознания. 1996. № 3. С. 32–41.
6. Бугаева Л.Д. Кинотекст: прояснение значения // Мир русского слова. Серия: Кино. 2011. Вып. 4. С. 67–74.
7. Воронкова А.А., Мальцева С.М., Ульянкина Е.М. Функциональные особенности молодежного сленга современных студентов // Балтийский гуманитарный журнал. 2020. Т. 9. № 2 (31). С. 237–240.
8. Галкина И.И., Цибизова О.В. Англицизмы в молодежном сленге 2020–2021 гг.: опыт описания и анализа // Вестник РУДН. Серия: теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 3. С. 684–698.
9. Гальперин И.Р. О термине «сленг» // Вопросы языкознания. 2004. № 6. С. 107–114.
10. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2007. 144 с.
11. Горшкова В.Е. и др. Кинодиалог. Образ-смысл. Перевод: коллективная монография / отв. ред. В.Е. Горшкова; М-во образования и науки Рос. Федерации. Иркутск: МГЛУ ЕАЛИ, 2014. 367 с.
12. Горячева О.Н. Молодежный сленг как социальное явление // Социально-политические науки. 2023. Т. 13. № 2. С. 51–54.

13. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты. Томск: Изд-во ТГТУ, 2007. 120 с.
14. Гусева А.Е., Манукян К.М. Тематическая классификация фразеологических единиц в молодежном языке (на материале современного немецкого языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Т. 13. № 1. С. 181–185.
15. Духовная Т.В. Субтитры как элемент кинодискурса: лингвистический и паралингвистический аспекты: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Краснодар, 2018. 215 с.
16. Зайченко С.С. Семиотико-синергетическая интерпретация особенностей организации художественного кинодискурса (на материале англоязычных художественных фильмов исторического жанра): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Челябинск, 2013. 22 с.
17. Записных О.В., Лебедева Е.В. Лингводидактические основы развития дискурсивной компетенции старшеклассников в работе с иноязычным кинодискурсом // Мир науки, культуры, образования. 2023. № 4 (101). С. 31–34.
18. Зарецкая А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Челябинск, 2010. 22 с.
19. 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.
20. Захарченко Т.Е. Английский и американский сленг. М.: АСТ, 2009. 478 с.
21. Зыкова И.В. Интердискурсивные параметры лингвокреативности (на материале кинодискурса) // Критика и семиотика. 2021. № 2. С. 11–29.
22. Иванова Е.Б. Интертекстуальные связи в художественных фильмах: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2001. 16 с.

23. Иванова Г.Р. Функции сленга в речевой деятельности американских студентов. М.: МГЛУ, 1990. 133 с.
24. Калита И.В. Стилистические трансформации русских субстандартов, или книга о сленге. М. : Дикси Пресс, 2013. 240 с.
25. Касумова М.Ю. Молодежный сленг как компонент молодежного дискурса // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2019. № 7. С. 63–65.
26. Кислицына Н.Н., Службина А.Г. Лингвокогнитивные особенности кинодискурса (на материале англоязычных диалогов подростков) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2019. Т. 21. № 2 (78). С. 513–520.
27. Колодина Е.А. Статус кинодиалога в ряду соположенных понятий: кинодиалог, кинотекст, кинодискурс // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 2 (1). С. 327–333.
28. Крамоненко Г.И. Современная лингвистика и молодежный язык: проблемы и перспективы (на материале исследований молодежного языка Германии) // Известия Смоленского государственного университета. 2008. № 4. С. 47–58.
29. Коготкова Т.С. Роль просторечия в процессах освоения говорами лексики литературного языка // Литературная норма и просторечие. 1977. № 1. С. 58–76.
30. Коловерова И.Г. Сравнительная характеристика молодежного языка 80-ых и современного молодежного языка Испании // Восточнославянская филология. Языкознание. 2016. № 2 (28). С. 273–279.
31. Корячкина А.В. Англоязычный художественный кинодискурс и потенциал его интерпретативно-коммуникативного перевода: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Санкт-Петербург, 2017. 312 с.
32. Котова Л.Н. Об особенностях диалога «автор-адресат» в нарративе // Вестник КАСУ. 2007. № 2. С. 16–23.

33. Кропачева М.А., Литвинова Е.С. Актуальные вопросы разграничения понятий просторечие, общий жаргон и сленг в русской лингвистике // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18. № 2. С. 79–88.
34. Кронгуаз М.И. Русский язык на грани нервного срыва. М.: Языки славянских культур, 2007. 90 с.
35. Кулибина Н.В. Художественный дискурс как актуализация художественного текста в сознании читателя [Электронный ресурс]. URL: <http://dipstud.ru/09/dok.php?id=010> (дата обращения: 23.12.2022).
36. Лавриненко И.Н. Стратегии и тактики мены коммуникативных ролей в современном англоязычном кинодискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Харьков, 2011. 20 с.
37. Левицова С.И. Молодежный сленг как своеобразный способ вербализации бытия // «Бытие и язык»: сб. статей по материалам международной конференции. Новосибирск, 2004. С. 167–173.
38. Липатов А.Т. Сленг как проблема социолектики. М.: Элипс. 2009. 318 с.
39. Лисина Г.М. Термины «социолект», «арго», «жаргон», «сленг», «интержаргон» в современном русском языке // Язык в национально-культурном ракурсе: теория и практика / Под общ. ред. Л.А. Мардиевой, Т.Ю. Щуклиной. Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2019. С. 81–88.
40. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. М.: Искусство, 2005. 704 с.
41. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
42. Малышев С.Н. Дифференциация арго, жаргона и сленга // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. № 7. 2010. С. 210–213.

43. Мартиросьян Е.Г., Самарская Т.Б. Художественный дискурс: специфика составляющих и особенностей организации художественного текста [Электронный ресурс]. Книжный мир. 2008. URL: <http://clck.ru/qa838> (дата обращения: 23.12.2022).

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

45. Московцев Н.Г., Шевченко С.М. Вашу мать, сэр! Иллюстрированный словарь-путеводитель по американскому сленгу. СПб.: Питер, 2009. 480 с.

46. Назмутдинова С.С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского, французского кинодискурса): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Тюмень, 2008. 21 с.

47. Нелюбина Ю.А. Кинодискурс как объект лингвистического изучения // Челябинский гуманитарий. 2013. Вып. 3 (24). С. 71–74.

48. Несмачнова Е.В. Невербальное выражение эмоций в тексте романа и кинотексте: возможные трансформации (роман П. Зюскинда «Парфюмер» и его экранизация) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Серия: Языкознание. 2017. Вып. 11 (77). С. 135–138.

49. Новиков В.М. Словарь модных слов. М.: Зебра, 2005. 155 с.

50. Олизько Н.С. Художественный дискурс как полилог автора, читателя и текста // Челябинск: Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 33 (248). С. 164–166.

51. Орлова Н.О. Сленг vs жаргон: проблема дефиниции // Ярославский педагогический вестник [Электронный ресурс]. 2004. № 3 (40). URL: <https://rucont.ru/efd/243390> (дата обращения: 19.12.2023)

52. Пантелеева И.И., Бенционок К.С., Чобан А.С. и др. Сленг в современном английском языке // Юный ученый. 2016. № 5. С. 28–30.

53. Подгорская О.Н., Черничкина Е.К. Иноязычный художественный кинодискурс как средство формирования коммуникативной компетенции

студентов педвуза // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2017. № 4. С. 14–19.

54. Покидышева С.Н. О когнитивной образности в художественном кинодискурсе (межкультурно-коммуникативный аспект) // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2007. Вып. 1 (9). С. 40–43.

55. Прончатова А.Н., Горохова А.М. К вопросу о поляризации терминов «сленг», «арго», «жаргон» в российской и зарубежной лингвистике // Аллея науки. № 10 (37). 2019. С. 882–891.

56. Руденко М.Ю. Исследование жаргона и сленга: вопросы терминологии // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 5 (59). С. 127–134.

57. Рыжков А.Г. Вербальное и визуальное в кинодискурсе // Когнитивный подход к изучению языковых явлений: материалы науч. конф. молодых ученых факультета романо-германской филологии. 2000. С. 96–102.

58. Семенова И.В., Метелькова Л.А. Понятие «сленг», его этимология и классификация // Вопросы филологии и переводоведения. 2018. № 1. С. 62–66.

59. Скворцов Л.И. Профессиональные языки, жаргоны и культура речи // Русская речь. 2012. № 1. С. 21–24.

60. Скворцов Л.И. Взаимодействие литературного языка и социальных диалектов (на материале русской лексики послеоктябрьского периода): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 1996. 284 с.

61. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст: опыт лингвокультурологического анализа. М.: Водолей Publishers, 2004. 153 с.

62. Снегирев Ф.В. К вопросу об определении понятия «сленг» // Молодой ученый. 2018. № 9 (195). С. 199–202.

63. Сорока Ю.Г. Кинодискурс повседневности постмодерна // Постмодерн: новая магическая эпоха / под ред. Л.Г. Ионина. Харьков: Харьковский нац. ун-т им. Н.В. Каразина, 2002. С. 47–49.

64. Сорокин Ю.А. Текст, цельность, связность, эмоциональность // Аспекты общей и частной лингвистической теории текста. М.: Наука, 1982. 191 с.
65. Судзиловский Г.А. Сленг – что это такое? Английская просторечная лексика: англо-русский словарь военного сленга. М.: Воениздат, 2018. 182 с.
66. Сургай Ю.В. Интердискурсивность кинотекста в кросскультурном аспекте: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 2008. 16 с.
67. Толстой Л.Н. Полн. собр. соч.: В 90 т. М., 1953. Т. 62. 587 с.
68. Урумашвили Е.В. Прагматические аспекты анализа художественного текста // Волгоград: Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2010. № 2. С. 40–44.
69. Хомяков В.А. Нестандартная лексика в структуре английского языка национального периода: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Л., 1980. 39 с.
70. Цивьян Ю.Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе // Труды по знаковым системам. 1984. № 17. С. 109–121.
71. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса. Сб. науч. ст. СПб.: СПбГУЭФ, 2001. С. 11–22.
72. Швейцер А.Д. Социальная дифференциация английского языка в США. М.: Наука, 1983. 216 с.
73. Ши Ч. Источники пополнения молодежного жаргона // Язык. Текст. Культура. 2019. № 8. С. 76–80.
74. Яклова А. Развитие понятия сленг в чешской лингвистике // Славяноведение. 2000. № 5. С. 86–91.
75. Amari J. Slang Lexicography and The problem of defining Slang // The Fifth International Conference on Historical Lexicography and Lexicology. 2010. № 1. P. 1–11.

76. Bubel C. The linguistic construction of character relations in TV drama: Doing friendship in *Sex and the City*. Sarrebruck: Saarland University, 2006. 294 p.
77. van Dijk T.A. Context models in discourse processing. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 1999. P. 123–148.
78. van Dijk T.A. Discourse, ideology and context // *Folia Linguistica*. 2001. Vol. 35. P. 11–40.
79. van Dijk T.A. Discourse and manipulation // *Discourse and Society*. 2006. Vol. 17. Issue 2. P. 359–383.
80. Dynel M. Stranger than Fiction? A Few Methodological Notes on Linguistic Research in Film Discourse // *Brno Studies in English*. 2011. Vol. 37. № 1. P. 41–46.
81. Fairclough N. *Critical Discourse Analysis: the critical study of language*. New York: Longman, 1995. 279 p.
82. Fan Y., Zhou Y. A Sociolinguistic Study of American Slang // *Theory and Practice in Language Studies*. 2013. Vol. 3. № 12. P. 2209–2213.
83. Finn H. *Cinematic Modernism and contemporary Film*. L.: Bloomsbury Publishing, 2022. 336 p.
84. Gibbs R., Nagaoka A. Getting the Hang of American Slang: Studies On Understanding and Remembering Slang Metaphors // *Language and Speech*. 1985. Vol. 28. Issue 2. P. 97–194.
85. Greenough J.B., Kittredge G.L. *Words and their ways in English speech*. Alpha Editions, 2019. 448 p.
86. Harris Z. Discourse Analysis: A Sample Text // *Language [Электронный ресурс]*. 1952. Vol. 28, № 4. P. 474–494. URL: https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/12/12_2020_02_25!06_01_00_PM.pdf (дата обращения: 19.12.2023).
87. Janney R.W. Pragmatics and Cinematic Discourse // *Lodz Papers in Pragmatics*. Lodz: University of Lodz. 2012. № 8 (1). P. 85–113.
88. Jespersen O. *Mankind, nation and individual from a linguistic point of view*. Abingdon: Routledge, 2013. 480 p.

89. Kozloff S. *Overhearing Film Dialogue*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 2000. 332 p.
90. Lillo A. Bees, Nelsons, and Sterling Denominations: A Brief Look at Cockney Slang and Coinage // *Journal of English Linguistics*. 2000. Vol. 28. Issue 2. P. 145–172.
91. Masrizal M. Investigating the sociological use of slang from a hearer-oriented perspective // *Studies in English Language and Education*. 2022. Vol. 9. Issue 3. P. 1300–1314.
92. Partridge E. *Slang Today and Yesterday*. Abingdon: Routledge, 2017. 488 p.
93. Piazza R., Bednarek M., Rossi F. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 2011. 315 p.
94. Slembrouck S. What is meant by “discourse analysis”? [Электронный ресурс]. 2002. URL: <http://bank.rug.ac.be/da/da.htm> (дата обращения: 23.12.2022).
95. Thorne T. Slang, style-shifting and sociability // *Multicultural Perspectives on English Language and Literature* [Электронный ресурс]. 2004. URL: <http://surl.li/upmlu> (дата обращения: 23.12.2022).
96. Umam C., Purnianda Y. Slang words and their morphological processes on Jeff Kinney’s *Diary of a Wimpy Kid* // *Realita*. 2016. № 14 (2). P. 175–186.
97. Wang L. Analysis of the Characteristics and Translation Skills of American Slang in the Big Bang Theory // *Theory and Practice in Language Studies*. 2020. Vol. 10. P. 1248–1253.
98. Yessenova E.M. English youth slang // *Вестник Алматинского технологического университета*. 2020. № 1. С. 110–115.
99. Yule G. *The Study of Language*. Cambridge University Press, 2006. 273 p.

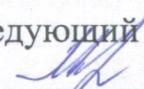
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Едиториал УРСС, 2004. 571 с.
2. Жеребило Т.А. Словарь лингвистических терминов. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. 486 с.
3. Кузнецов С.А. Сленг // Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. 1998. URL: <http://gramota.ru/slovari/info/bts/> (дата обращения: 27.11.2022).
4. Мультитран [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.multitrans.com/> (дата обращения: 15.11.2023).
5. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов [Электронный ресурс]. 2022. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/linguistic-terms/index.htm> (дата обращения: 27.11.2022).
6. Юткевич С.И. Кино: энциклопедический словарь / гл. ред. С.И. Юткевич. М.: Советская энциклопедия. 1986. 640 с.
7. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 15.11.2023).
8. Collins Dictionary [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения: 15.11.2023).
9. Dictionary.com [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.dictionary.com/> (дата обращения: 15.11.2023).
10. Internetslang.com [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://internetslang.com/> (дата обращения: 15.11.2023).
11. Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 15.11.2023).
12. Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 15.11.2023).
13. The Online Slang Dictionary [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://internetslang.com/> (дата обращения: 15.11.2023).

14. Urban Dictionary [Электронный ресурс]. 2023.
URL: <https://www.urbandictionary.com/> (дата обращения: 15.11.2023).

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГРЯиПЛ
 О.В. Магировская
« 25 » июня 2024 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**ФУНКЦИИ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В СОВРЕМЕННОМ
АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ КИНОДИСКУРСЕ**

45.04.02 Лингвистика
45.04.02.01.00 Межкультурная коммуникация и перевод

Научный руководитель



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

Магистрант



Л.Е. Большанина

Нормоконтролер



А.А. Струзик

Красноярск 2024