

РАЗДЕЛ III

ИНОЯЗЫЧНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: МОЛОДАЯ НАУКА В ШКОЛЬНОЙ СИСТЕМЕ

////////////////////////////////////

ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЙ ЛИЦ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ МОЛОДЕЖНОМ СЛЕНГЕ

Буланкина Мария Вячеславовна
МБОУ Гимназия №1
443095, Россия, г. Самара, ул. Георгия Димитрова, 17 а
Bulasic80@mail.ru

Кухарева Марина Юрьевна,
МБОУ Гимназия № 1
443095, Россия, г. Самара, ул. Георгия Димитрова, 17 а
ryabovam_m@mail.ru

Аннотация. В статье проанализировано понятие «молодежный сленг» в лингвистической теории, дано теоретическое определение понятия «молодежный сленг», выделены основные точки зрения лингвистов по данному вопросу, рассмотрены основные функции и способы образования сленгизмов, изучены особенности наименований лиц в немецкоязычном молодежном сленге.

Ключевые слова: молодежь, немецкий язык, современные сленгизмы, функции сленга, метафоры, заимствования, словообразования, усеченные формы.

Сленг как социальное явление и особая разновидность языка представляет большой интерес для исследования. Постоянно обновляясь, он активно откликается на изменения, происходящие в обществе, отражая тем самым динамическое развитие культуры того или иного народа. В условиях глобализации и расширяющихся международных контактов язык становится отражением всех модных тенденций в обществе, поэтому изучение особенностей

молодежного языка, понимание механизмов создания новых слов является способом лучше понять разговорную речь, ее эмоциональную окраску, дает возможность разбираться в бытовых ситуациях. В центре внимания сленга оказывается человек во всей совокупности его внешних и внутренних характеристик.

Явление сленга много лет является предметом изучения в современной лингвистике. Если заглянуть в словарь, то увидим, что сленг (англ. slang) – 1) то же, что жаргон, преимущественно в англоязычных странах; – 2) вариант разговорной речи (в т. ч. экспрессивно окрашенные элементы этой речи), не совпадающий с нормой литературного языка. Сленг – это слова и выражения, употребляемые лицами определенных профессий или социальных прослоек [4, с. 42].

Наиболее ярко все культурные, социально-экономические изменения и нововведения в области музыки, кино, моды, техники проявляются в молодежной среде и, как следствие, в речи подростков. Под молодежным сленгом понимаются слова и выражения, которые используются подростками и молодыми людьми в возрасте 12-21 лет [7, с. 48]. Создание и использование собственного языка общения, понятного только в данной социальной группе, отвечает потребности подростков к самовыражению, желанию скрыть смысл произносимого от окружающих их «чужих» людей. Таким образом, молодежный сленг – это скрытый, зашифрованный, «тайный» язык [6] молодежи, пароль всех членов референтной группы [4, с. 43].

Известный отечественный лингвист, доктор филологических наук и профессор В. А. Хомяков характеризует сленг как относительно устойчивый для определенного периода, широко распространенный и общепонятный слой нелитературной лексики и фразеологии в среде живой разговорной речи, весьма неоднородный по своему генетическому составу и степени приближения к литературному языку, имеющий ярко выраженный эмоционально-экспрессивный оценочный характер, представляющий часто протест-насмешку против социальных, этических, эстетических, языковых и других условностей и авторитетов [14, с. 38].

Немецкий молодежный сленг обозначается термином „Jugendsprache“. Он представляет собой особую языковую форму,

базирующуюся на системе современного национального языка [5]. Молодежь изменяет литературный немецкий язык, согласно своим представлениям, наполняет его скрытыми словами, понятными только данной возрастной категории. При этом ученые выделяют три способа употребления молодежного языка: 1) язык внутригруппового общения (лексемы, связанные с интересами и предпочтениями только одной группы), 2) язык общения между несколькими молодежными группами, 3) язык для общения с окружающим миром (лексемы, используемые всеми представителями молодежи) [3, с. 122; 12]. В. Д. Девкин отмечает, что молодежь стремится к оживлению и предельной экспрессивизации высказываний [9].

Однако отношение к сленгу в обществе неоднозначно. Недавно проведенный опрос показал, что 51% жителей Германии спокойно приняли новый ренд, среди 25-летнего населения эта цифра составляет 81%. Каждый пятый немец хотя бы раз сам пользовался новым сленгом. Однако есть и те, кого это явление нервирует: 40% немцев не понимают смысла и цели использования жаргонизмов [2, с. 333]. Так, Е.В. Розен считает сленгизмы не слишком острыми языковыми вывертами – свидетельством культурной незрелости подростка, а Е.Г. Борисова предлагает бороться с любыми проявлениями жаргонизации речи молодежи [12].

Как бы то ни было, молодежный сленг – это явление, без которого невозможно представить современный язык. Употребление сленгизмов, согласно Александровой Т.С., способствует сепаратизации, самоотделению представителей этой группы общества от прочих и одновременно объединяет их в некоторую «свою» группу [1, с.48].

При осуществлении акта межкультурной коммуникации незнание сленга ведет кразного рода курьезам и речевым ошибкам, коммуникативным «сбоям», предупреждению которых необходимо уделить особое внимание [8].

Молодежный язык – то социокультурный феномен, который характеризуется определенными ценностями, специфическими нормами и образцами поведения участников социальной группы, собственной статусной структурой, источниками информации и каналами коммуникации [15, с. 31]. Молодежь использует сленг в

своей речи для того, чтобы показать свое ироническое или критическое отношение к каким-то явлениям мира, свою независимость, самоутвердиться. Это способ завоевать популярность и стать лидером в молодежной среде, выделиться из массы, особенно по отношению к группам взрослых носителей языка.

Желая выглядеть современными «продвинутыми», молодые люди начинают употреблять слова и выражения повышенной эмоциональности, по определению Е.В. Розен, «сильные», «беспокойные» и даже шокирующие слова и выражения, оценочные слова, отличающиеся от общепринятой речевой нормы, и которые никак нельзя признать украшениями разговорной речи [12]. В ход идут элементы разноплановой лексики, иностранные слова, профессионализмы, вульгаризмы.

Молодежный сленг выполняет ряд определенных **функций**. Н.В. Шамова выделяет протестную, опознавательную, коммуникативную и функцию самоутверждения [16]. **Протестная** функция выражается в негативном, критическом отношении к ценностям старшего поколения. В этом случае язык – это орудие протеста против сложившихся норм. С помощью сленга молодежь как бы выделяет и противопоставляет себя обществу. В использовании словечек, понятных только в молодежной среде, отображена **опознавательная** функция, которая делает сленг признаком принадлежности к определенной группе. **Коммуникативная** функция заключается в неофициальности молодежного сленга, общение происходит в непринужденной обстановке, дает возможность расслабиться и поболтать от души. Способность освоить модные выражения, стать «своим» в группе выполняет функция **самоутверждения**.

Очень большой интерес среди ученых вызывает вопрос о способах образования молодежного сленга. Согласно М.Д. Степановой, словосложение и словопроизводство являются основными способам словообразования в молодежном немецком языке [13].

Так, в молодежном сленге предпочтение часто отдается **усеченным формам**, отражающим тенденцию к экономии языковых средств, а также желание быть непонятыми: Asi (Asozialer) – асоциальный человек, Präsi (Präsident) – президент [11, с. 25].

Широкое распространение получило сокращение словосочетаний. Среди них выделяются *альфабетизмы* и *акронимы*. Альфабетизмы представляют собой буквенные аббревиатуры, где каждая буква читается как в алфавите: DJ – Diskjockey. Акронимами называют сокращения, в составе которых есть гласная фонема. Они более характерны для молодежного лексикона: VIP [vi: aipi:] – (very important person) очень важная персона, MOF – Mensch ohne Freunde (человек без друзей) [10, с. 95].

Еще одним из способов словообразования является *словослияние*, при котором часть одного слова соединяется с частью другого слова или с целым словом, чтобы образовать новое единство: Krokodil + Elefant = Krokofant [10, с. 95].

Зачастую молодежный сленг обогащается за счет *заимствований*. Отмечается включение в состав сленга лексических единиц из английского, французского, итальянского и испанского языков: der Chef – Abteilungs- oder Betriebsleiter (руководитель отдела или предприятия), Paparazzi – Skandalreporter (скандальный репортер), der Macho – Mann, der stolz auf seine Männlichkeit ist (мужчина, гордящийся своей мужественностью).

Наличие в молодежном языке *метафор* объясняется тяготением к экспрессивности и стремлением к конкретным образам: die Zicke (коза) – глупая девочка [17, с. 18].

Молодежный немецкий сленг можно встретить практически во всех сферах жизни человека, однако большая часть сленговых слов сосредоточена на характеристике человека: его характере, умственных способностях, манере поведения и общения, роде занятий и финансовом состоянии. В рамках исследования мы предложили учащимся 7-х-8-х классов ответить на вопросы анкеты. Оказалось, что абсолютно все участники опроса используют в своей речи яркие, образные выражения для обозначения людей из своего близкого окружения.

Приведенные учащимися примеры показали, что большинство этих наименований имеет негативную окраску и очень «язвительны». Так, к примеру, очень худого человека называют «глиста», «Кощей Бессмертный», «дрыщ», а глупого «дубина», «овощ», «пенек». Наиболее положительные характеристики получил полный человек, его ласково именуют «пухленький», «пончик», «пельмешек».

**Как вы называете полного, очень
худого, привлекательного, некрасивого, ум
ного, глупого человека?**

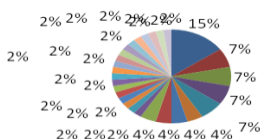


Диаграмма 1

Участникам опроса было предложено догадаться, к каким качествам / особенностям человека «отсылают» некоторые немецкие сленговые обозначения.

**Попробуйте
догадаться, к каким
качествам/...**

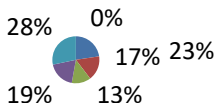
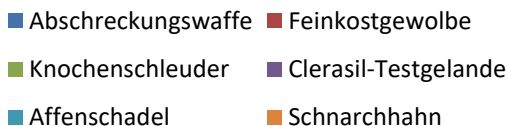


Диаграмма 2.

Более половины опрошенных успешно справились с этой задачей. Самым узнаваемым оказался «обезьяний череп» (Af-fenschädel). 71 % учащихся определили в нем глупого человека. В «оружии для устрашения» (Abschreckungswaffe) и «тестовой площадке для Cleracil» многие угадали некрасивого человека с проблемным лицом. 42 % опрошенных распознали в «хранилище деликатесов» (Feinkostgewölbe) тучного человека с большим животом. 33 % узнали в «метателе костей» (Knochenschleuder) человека, отличающегося излишней худобой. А вот «храпящий петух» (Schnarchhahn) был принят за «соню, лежебоку», в то время как немцы обозначают так очень медлительного человека.

В процессе исследования мы систематизировали фактический материал по основным категориям: внешний вид, интеллектуальные способности, черты характера, успешность, возрастная и половая принадлежность, увлечения, близкое окружение и профессии. Анализ показал, что сленгизмы акцентируют внимание на качествах, которые ярко выражены у какого-либо человека и отличаются от общепринятой нормы. При этом подавляющее большинство характеристик – отрицательные. Подростки зачастую безжалостны и язвительны по отношению к ближайшему окружению [17, с. 19].

Основными способами образования сленгизмов в немецком языке являются: метафоры, заимствования, словообразования, усеченные формы.

По данным нашего исследования **метафоры** составляют **45 %** от всего фактического материала. Они наиболее ярко выполняют экспрессивную функцию, метко улавливая сходство между предметами или явлениями. Это сходство может быть внешним или внутренним. Так, седовласую бабушку называют *Pusteblume* (белый одуванчик), а милую, симпатичную девочку *Bunny* (от англ. кролик). Глупый человек схож с мышонком из комикса по имени *Diddl*, а некрасивую девочку сравнивают с куклой по имени *Bratze*. Метафоры могут основываться и на сходстве по ассоциации. Так сленгизмом *Überhangmandat* называют толстый живот. Это понятие обозначает депутатский мандат, дающий партии право на дополнительные места в парламенте. Вегетарианца сравнивают с *Biotonne*, контейнером для биологических отходов, а умственно

отсталый человек напоминает пользователя стационарного телефона в век высоких технологий: *Festnetztelefonierer*.

Заемствования из других языков составляют **20 %** всех проанализированных сленгизмов. Подавляющее большинство сленговых наименований лиц пришло из английского языка: *Cheater* (от англ. to cheat – обманывать) – мошенник, лжец, *Poser* (от англ. to pose – позировать) хвастун, *Softi* (от англ. soft – мягкий) – мягкотелый мужчина. Некоторые лексические единицы заимствованы из испанского и русского языков. Так, испанское слово *Chica* обозначает красивую девушку, а русское слово *droog* применяется по отношению к приятелю, с которым установлены доверительные отношения.

Словообразования достаточно широко представлены среди сленговых наименований лиц ФРГ. Они составляют **23 %** от всего фактического материала. Преимущественно это сложные слова. В их основе также лежат яркие образы. Так, например, глупого человека называют *Intelligenzallergiker* (человек с аллергией на интеллект), а сленгизм *Dreckmagnet* (магнит, притягивающий грязь) указывает на маленького ребенка, который постоянно пачкается. Особого внимания заслуживают субстантивации словосочетаний, описывающих деятельность того или иного лица: *Schattenparker* (от *im Schatten parken* – парковаться в тени) – боязливый человек, трус, *Projektbremse* (от *ein Projekt bremsen* – тормозить проект) – медлительный человек, *Baumkuschler* (от *mit dem Baum kuscheln* – «обниматься» с деревом) – человек, заботящийся об окружающей среде).

Стремление к лаконичности находит свое отражение в **усеченных формах**. Они составляют **8 %** от всего фактического материала. К примеру, словом *Fruppie* (от глагола *frustrieren*) называют жителя большого города, несущего груз повседневных забот, сленгизм *Bro* (от англ. brother – брат) обозначает доброго друга, а лексема *Schlaffi* (от нем. *schlafen* – спать) употребляется по отношению к лентяю, лежебоке.

Только **4 %** проанализированных сленгизмов являются **сращениями**. Основанные на слиянии частей двух разных слов, эти новообразования умело маскируют объект обозначения. Так, в сленгизме *Mugel* (*Mensch* + *Kugel*) можно угадать очень толстого

человека, а лексема *Geilomat* (geil + Automat) указывает на невероятного хвастуна.

Итак, молодежный сленг, возникая из потребности подростков использовать «красное слово», удивить, выделиться, использует яркие образы при создании новых лексических единиц. На первый план выходит языковая игра, меткие сравнения с различными объектами и явлениями по внутренним и внешним характеристикам или ассоциации. Основными средствами образования сленгизмов выступают метафоры, словообразования, заимствования, усеченные формы и сращения.

В ходе исследования было установлено, что сленг – это один из способов самовыражения молодых людей, а также способ скрыть смысл произносимого от окружающих их «чужих» людей. Молодежь изменяет литературный немецкий язык, согласно своим представлениям, наполняет его скрытыми словами, понятными только данной возрастной категории. Молодежный сленг выполняет ряд определенных функций: протестную, опознавательную, коммуникативную и функцию самоутверждения.

Понимание и знание сленга приобщает обучающихся к естественной языковой среде, способствует развитию их коммуникативной компетенции, представляет собой уникальную возможность для включения обучающихся в активный диалог культур.

Библиографический список

1. Александрова Т.С., Пригоникер И.Б. Новые слова в XXI веке: немецко-русский словарь: ок. 3000 слов и выражений. М., 2007.
2. Васильева А.А. К вопросу о современном молодежном сленге в Германии // Современные направления развития науки в животноводстве и ветеринарной медицине: материалы международной научно-практич. конф., посвящ. 60-летию кафедры технологий производства и переработки продуктов животноводства и 55-летию кафедры иностранных языков. Тюмень, 2019. С. 331–334.
3. Ветрова Э.С., Токарева В.Г. Национальные особенности современного сленга (на материале английского и немецкого языков) // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. 2019. Т. 15, № 1–2 (43–44). С. 122–137.

4. Гаврилова Т.И., Гальченко С.И. Сленг как социолингвистическое явление в современном немецком языке // Известия ЮЗГУ. Серия: Лингвистика и педагогика. 2014. № 2. С. 42–50.
5. Гладун И.С. Изучение языка немецкой молодежи на уроке иностранного языка // SCIENCE TIME. 2019. № 3 (63). С. 50–53.
6. Горшунов Ю.В. Социальные эвфемизмы в рифмованном сленге. Бирск, 2016.
7. Гришко А.В., Шаюк А.Ю. Проблема перевода молодежного сленга с немецкого языка на русский // Перевод. Язык. Культура: материалы VI международной научно-практич. конф. / отв. ред. Е.В. Дворецкая. М., 2015. С. 48–52.
8. Громова Н. В. Лингвокультурный компонент в парадигме лексического значения субстандартной лексической единицы // Филологический аспект: международный научно-практич. журнал. 2019. № 1 (45). Вып. 36. С. 68–74.
9. Девкин В.Д. Диалог. Немецкая разговорная речь в сопоставлении с русской М., 1981.
10. Домашнев А.И. Труды по германскому языкознанию и социолингвистике. СПб., 2005.
11. Олейник О.В. Немецкие сленгизмы в свете неологической теории: автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.В. Олейник. Самара, 2007.
12. Розен Е.В. Немецкая лексика: история и современность: учеб. пособие. М., 1991.
13. Степанова М.Д. Словообразование современного немецкого языка. М., 1953.
14. Хомяков В. А. Три лекции о слэнге. Вологда, 1970.
15. Целепидис Н.В. Взаимодействие народов и культур и проблема межкультурной коммуникации молодежи // Вестн. слав. культур. 2012. Т. 13, № 3. С. 31.
16. Шамова Н.В. Словообразовательная креативность немецкого молодежного сленга // Совершенствование преподавания иностранных языков в школе и в вузе: сб. научно-метод. тр. / отв. ред. С.С. Куклина. Киров, 2018. С. 136–144.
17. Шемчук Ю.М. Переименование в лексике современного немецкого языка // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. № 2. С. 16.

FEATURES OF NAMES OF PERSONS IN GERMAN-SPEAKING YOUTH SLANG

Mariya V. Bulankina

Gymnasium No. 1

17a ul. Georgiy Dimitrov, Samara, 44309, Russia

Bulasic80@mail.ru

Marina Yu. Kukhareva

Gymnasium 1

17a ul. Georgiy Dimitrov, Samara, 44309, Russia

ryabovam_m@mail.ru

Abstract. *The article analyzes the concept of "youth slang" in the linguistic theory, the theoretical definition of "youth slang", and the main point of view of linguists on this question, the basic functions and methods of formation of slang, peculiarities of names of persons in German-speaking youth slang.*

Keywords: *youth, the German language, contemporary slang, the functions of slang, metaphors, borrowing, word formation, truncated forms.*

References

1. Aleksandrova T.S., Prisonier I.B. (2007) *Novie slova v XXI veke: nemecko-russkij slovar: ok. 3000 slov i virazhenij*. Moscow (in Russian).
2. Vasileva A.A. (2019) *K voprosu o sovremennom molodezhnom slenge v Germanii. Sovremennyye napravleniya razvitiya nauki v zhivotnovodstve i veterinarnoy meditsine: materialy mezhdunarodnoy nauchno-praktich. konf., posvyashch. 60-letiyu kafedry tekhnologii proizvodstva i pererabotki produktov zhivotnovodstva i 55-letiyu kafedry inostrannykh yazykov*. Tyumen, pp. 331–334 (in Russian).
3. Vetrova E.S., Tokareva V.G. (2019) *Nacionalnie osobennosti sovremennogo slenga (na material anglijskogo i nemeckogo yazykov)*. *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*, vol. 15, no. 1–2 (43–44), pp. 122–137 (in Russian).

4. Gavrilova T.I., Galchenko S.I. (2014) Sleng kak sociolingvističeskoje javlenie v sovremennom nemeckom yazike. *Proceedings of the SWSU. Linguistics and pedagogy series*, no. 2, pp. 42–50 (in Russian).
5. Gladun I.S. (2019) Izučenie yazika nemeckoj molodezhi na uroke inostrannogo yazika. *SCIENCE TIME*, no. 3 (63), pp. 50–53 (in Russian).
6. Gorshunov Yu.V. (2016) Socialnie evfemizmi v rifmovannom slenge. Birk (in Russian).
7. Grishko, A.V., Shayk A.Y. (2015) Problema perevoda molodezhnigi slenga s nemeckogo yazika na russkij. Perevod. Yazyk. Kul'tura: materialy VI mezhdunarodnoj nauchno-praktich. konf. Otv. red. E.V. Dvoret'skaya. Moscow, pp. 48–52. (in Russian)
8. Gromova N.V. (2019) Lingvokulturnij component v paradigm leksičeskogo znachenija substandartnoj leksičeskaj edinici. *Philological aspect: international scientific and practical journal*, no. 1 (45), vol. 36, pp. 68–74 (in Russian).
9. Devkin V.D. (1981) Dialog. Nemeckaja razgovornaja rech v sopostavlenii s russkoj. Moscow (in Russian).
10. Domashnev A.I. (2005) Trudi po germanskomu yazikoznaniju i sociolingvistike. Saint Petersburg (in Russian).
11. Oleinik O.V. (2007) Nemeckie slengizmi v svete neologičeskaj teorij: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Samara (in Russian).
12. Rosen E.V. (1991) Nemeckaja leksika: istorija i sovremennost. Moscow (in Russian).
13. Stepanova M.D. (1953) Slovoobrazovanie sovremennogo nemeckogo yazika. Moscow (in Russian).
14. Khomyakov V.A. (1970) Tri lekcij o slenge. Vologda (in Russian).
15. Tselepidis N.V. (2012) Vzaimodejstvie narodov i kultur i problema mezhkulturnoj kommunikacii molodezhi. *Vestn. glories'. cultures*, vol. 13, no. 3, pp. 31 (in Russian).
16. Shamova N.V. (2018) Slovoobrazovatel'naja kreativnost nemeckogo molodezhnogo slenga. *Improving foreign language teaching in schools and universities collection of scientific and methodological works*. Responsible editor S.S. Kuklin. Kirov, pp. 136–144 (in Russian)
17. Shemchuk Yu.M. (2005) Pereimenovanie v leksike sovremennogo nemeckogo yazika. *Bulletin of the Voronezh state University. Linguistics and intercultural communication series*, no. 2, p. 16 (in Russian).