

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.9.35>

Бойкова Ирина Борисовна, Ковальчук Никита Константинович

[Тенденции формирования молодёжного сленга в современном немецком языке](#)

Цель исследования - описать тенденции формирования современного немецкого молодёжного сленга. В статье рассматриваются пути и способы пополнения молодёжной лексики, определяется их доля в образовании неологизмов 2019 г. Результаты сопоставляются с результатами аналогичного анализа молодёжных неологизмов 1996 г. Научная новизна заключается в том, что впервые проведено сопоставление двух срезов немецкого молодёжного сленга с большим временным промежутком и описаны типы молодёжного словотворчества, не исследовавшегося ранее. В результате исследования установлено, что изменился удельный вес отдельных путей и способов пополнения молодёжного сленга. Отражение действительности в молодёжной лексике стало менее прозрачным и более опосредованным.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2020/9/35.html

Источник

[Филологические науки. Вопросы теории и практики](#)

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 9. С. 191-199. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2020/9/

[© Издательство "Грамота"](#)

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

13. **Harbor Freight Tools** [Электронный ресурс]. URL: <https://go.harborfreight.com/cpi/digital/ecom/2020/06/value-when-you-need-it-most-lp/> (дата обращения: 20.06.2020).
14. **Higgins T.** Coronavirus pandemic could inflict emotional trauma and PTSD on an unprecedented scale, scientists warn [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/2020/03/27/coronavirus-pandemic-could-inflict-long-lasting-emotional-trauma-ptsd.html> (дата обращения: 20.06.2020).
15. **Kirschner S.** Why Brands Aren't Mentioning the Coronavirus in Their Marketing [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pollackgroup.com/in-the-red/why-brands-arent-mentioning-the-coronavirus-in-their-marketing> (дата обращения: 20.06.2020).
16. **New Preakness Date Uncertain but Infield Party Canceled** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.usnews.com/news/sports/articles/2020-04-03/new-prekness-date-uncertain-but-infield-party-canceled> (дата обращения: 20.06.2020).
17. **Olivia Annabelle** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oliviaannabelle.co.uk/> (дата обращения: 20.06.2020).
18. **Shelburne R.** NBA's Michele Roberts defends players, critical of government on virus testing [Электронный ресурс]. URL: https://www.espn.co.uk/nba/story/_/id/28923660/nba-michele-roberts-defends-players-critical-government-virus-testing (дата обращения: 20.06.2020).
19. **Thousands held in cruise ship in Italy over feared coronavirus cases** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibtimes.co.uk/thousands-held-cruise-ship-italy-over-feared-coronavirus-cases-1675166> (дата обращения: 20.06.2020).
20. **Urban Dictionary** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.urbandictionary.com/> (дата обращения: 20.06.2020).
21. **Vatican Museum: Beauty that unites! 27** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vaticannews.va/en/vatican-city/news/2020-03/vatican-museum-beauty-art-spirituality-comfort-faith-pope.html> (дата обращения: 20.06.2020).
22. **Year 6 Home Learning Summer 2020** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.jubilee.bexley.sch.uk/year-6-montreal-class/> (дата обращения: 30.06.2020).
23. **Zoe F.** SpoilerTV's Weekly Round Table: 82nd Edition (COVID-19) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.spoilertv.com/2020/03/spoilertvs-weekly-round-table-82nd.html> (дата обращения: 20.06.2020).

Euphemization of the Nominative Field “Epidemic” in the Modern English Media Discourse

Biryukova Irina Alexandrovna, PhD
Moscow State Linguistic University
irenus_@mail.ru

The paper aims to identify specificity of using euphemistic units of the nominative field “epidemic” in the modern English media discourse. Scientific originality of the study lies in the fact that the English euphemistic nominations designating the coronavirus pandemic have not been previously investigated. It is shown that nowadays the mentioned disease has a negative connotation among the native English speakers. The conducted research has allowed the author to verify the euphemistic function of language units and to identify motives of euphemistic nominations. The research findings are as follows: the author identifies the most productive means of euphemisms formation in the English nominative field “epidemic”, reveals interrelation of the euphemistic potential of a unit and a type of motivation.

Key words and phrases: euphemization; English media discourse; motive of nomination; nominative field “epidemic”.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.9.35>

Дата поступления рукописи: 29.07.2020

Цель исследования – описать тенденции формирования современного немецкого молодежного сленга. В статье рассматриваются пути и способы пополнения молодежной лексики, определяется их доля в образовании неологизмов 2019 г. Результаты сопоставляются с результатами аналогичного анализа молодежных неологизмов 1996 г. **Научная новизна** заключается в том, что впервые проведено сопоставление двух срезов немецкого молодежного сленга с большим временным промежутком и описаны типы молодежного словотворчества, не исследованные ранее. **В результате** исследования установлено, что изменился удельный вес отдельных путей и способов пополнения молодежного сленга. Отражение действительности в молодежной лексике стало менее прозрачным и более опосредованным.

Ключевые слова и фразы: немецкий молодежный сленг; пути пополнения лексики; неологизмы; словотворчество.

Бойкова Ирина Борисовна, к. филол. н., доц.
Ковальчук Никита Константинович
Московский педагогический государственный университет
irbo@mail.ru; nikitakovalchuk95@gmail.com

Тенденции формирования молодежного сленга в современном немецком языке

Актуальность исследования определяется двумя факторами: во-первых, постоянной изменчивостью лексики молодежного языка и, во-вторых, необходимостью изучения глобальных тенденций этой изменчивости.

Лексика молодёжного языка в данной статье обозначается как молодёжный сленг. Причины постоянного обновления молодёжного сленга очевидны: одни слова становятся общеупотребительными, что сокращает необходимую для сленга дистанцию между молодёжью и миром взрослых, другие слова употребляются настолько часто, что теряют изначальную выразительность; кроме того, в сферу внимания молодёжи попадают денотаты, у которых ещё нет адекватных обозначений. Списки немецких молодёжных сленгизмов-неологизмов с разной периодичностью составляются с 90-х гг. прошлого века и до настоящего времени. Хотя сам процесс отбора до сих пор не соответствует строгим научным принципам [8, S. 267; 12, S. 30], его результаты могут стать объектом лингвистического анализа [8, S. 267]. Так, немецкая исследовательница Х. Эльсен, используя материал словаря Г. Эмана 1996 г. [5], провела анализ происхождения неологизмов в немецком молодёжном сленге – в этом словаре были представлены лексемы молодёжного сленга, не отражённые в варианте словаря 1992 г. В данной статье поставлены **задачи**: провести аналогичный анализ путей и способов пополнения молодёжного сленга на основе данных словаря “100% Jugendsprache 2019” [15], определив долю каждого способа в общем количестве неологизмов, и сопоставить полученные результаты с результатами исследования Х. Эльсен [8] в рамках учтённых ею путей и способов; дать общую характеристику путей пополнения молодёжного сленга, отмеченных, но не проанализированных в исследовании Х. Эльсен; выявить пути и способы пополнения молодёжного сленга, а также сферы функционирования языка, не представленные в словаре 1996 г., и дать их краткую характеристику; дать содержательную интерпретацию изменений, произошедших в путях и способах формирования молодёжного сленга. Для решения этих задач используются следующие **методы исследования**: анализ по непосредственно составляющим, семантический, количественный анализ, а также общенаучные методы сравнения и обобщения. **Теоретической базой** исследования послужили работы, посвящённые общим вопросам лексикологии и словообразования в немецком языке (Т. Шиппан [14], В. Фляйшер и И. Барц [9]), а также проблемам молодёжного сленга (Э. Нойланд [12]) и неологии (М. Кинне [11], Х. Эльсен [7]). **Практическая значимость** работы заключается в том, что материалы исследования могут быть использованы при изучении курсов лексикологии немецкого языка, лингвострановедения, а также спецкурсов и спецсеминаров по социолингвистике.

Словарь “100% Jugendsprache 2019” [15] является шестым в серии словарей “100% Jugendsprache”. Издательство Langenscheidt выпускает словари молодёжного сленга Германии, Австрии и Швейцарии ежегодно начиная с 2014 г., и каждый последующий включает в себя некоторое количество лексем из предыдущих выпусков. Таким образом, анализируемый в статье словарь 2019 г., в отличие от словаря 1996 г., состоит не только из неологизмов одного года, но и содержит лексемы прошлых лет, не потерявшие своей актуальности. В ходе анализа определяются пути пополнения словарного состава молодёжного языка и их доля в общем составе неологизмов, при этом учитываются пути, отмеченные немецкими и отечественными лингвистами [1, с. 257-258; 2, с. 87; 4, S. 646-647; 7, S. 22; 11]: изменение значения лексических единиц, словообразование, заимствование, создание фразеологизмов, словотворчество. Каждый путь пополнения лексики может быть представлен различными способами.

Ниже следует описание этих путей и способов их реализации. Приводятся иллюстративные примеры и количественные данные по каждому способу. Учтены все 806 лексических единиц словаря. Результаты анализа сопоставляются с теми, что были получены Х. Эльсен [8] при анализе 503 единиц из словаря Г. Эмана 1996 г. [5]. В число этих 503 лексических единиц не были включены фразеологизмы, а словарь “100% Jugendsprache 2019” [15] исследовался в полном объёме, поэтому при сопоставлении количественных данных цифровые показатели 2019 г. представлены в двух вариантах: относительно всего корпуса, состоящего из 806 единиц, и относительно того же корпуса без учёта фразеологизмов – 575 единиц. Числа в скобках указывают количество лексических единиц данного типа и их долю в исходном корпусе, выраженную в процентах.

Изменение значения (86 – 10,67%) (без учёта фразеологизмов – 11,36%) (Elsen: 141 – 28,03%).

Метафорический перенос (59). *Einreiben* – «печатать что-л. в смартфоне/телефоне», прямое значение глагола – «втирать». Движения рук при печатании сходны с движениями при втирании вещества в поверхность. Эта ассоциация и определила метафорический перенос. *Der Betriebsunfall* – «незапланированный ребенок», прямое значение существительного – «несчастный случай на предприятии». Основой метафорического переноса стал один из признаков несчастного случая: его нельзя запланировать. Кроме того, компонент *-unfall* (несчастный случай) занимает в составе сложного слова позицию, в которой (при метафорической интерпретации) ожидается обозначение ребёнка. Это придает всему слову иронический оттенок.

Метонимический перенос (4). *Der Amerikaner* в контексте *zum Amerikaner gehen* – «посещать ресторан фастфуда» (букв.: идти к американцу). Фастфуд ассоциируется преимущественно с американской культурой, поэтому *der Amerikaner* (американец) развивает в молодёжном сленге значение «ресторан по-американски, т.е. ресторан фастфуда». *Grün* – «накуранный» (букв.: зелёный). Зелёный цвет символизирует цвет травы, что вызывает ассоциации с марихуаной. *Grüne Person* – это человек под действием марихуаны. Обозначение цвета наркотика стало обозначением состояния человека.

Метонимический и метафорический перенос (4). *Entspannter Lachs* – «обстановка/атмосфера полной расслабленности» (букв.: расслабленный лосось). Метонимическая составляющая переноса – это перенос обозначения *Lachs* с рыбы на ситуацию, а метафорическая – уподобление расслабляющей атмосферы физическому состоянию лосося. *Der Flystepper* – «оторванный от реальности человек». *Der Flystepper* в своем основном значении – вид кроссовок фирмы Nike. Эти кроссовки отличаются своей мягкостью и дают ощущение легкости при ходьбе. Перенос обозначения с обуви на человека – проявление метонимии. Метафорический

перенос основан на уподоблении ощущений в двух ситуациях: витание в облаках и ходьба в кроссовках *Flystepper*. К такому переносу располагает и компонент *Fly-* (летать) в составе заимствования.

Другие виды тропов (7). Ирония: *Der Genius* – «глупый», прямое значение – «гений» (возвыш.). В этом случае происходит не только замена значения на противоположное, но и смена части речи: *genius* – это несклоняемое прилагательное. Эвфемизация: *Der Saft* – «алкоголь», прямое значение – «сок». Высказывание *Wir haben wieder ordentlich Saft getrunken* однозначно понимается как «Мы опять хорошо выпили».

Ассоциативная связь (10). *Kritisch* – «трудный», прямое значение – «критический». Значение «трудный» выражено в немецком языке прилагательным *schwierig*. Трудный – значит требующий больших усилий, сложный по содержанию, а критический (в общелитературном языке) может означать «переломный и потому опасный». Между значениями двух слов устанавливается ассоциативная связь по признаку «сложность». В *kritisch* подразумевается серьёзная сложность, поэтому *Die Arbeit ist kritisch* (эта работа трудная) звучит более экспрессивно, чем *Die Arbeit ist schwierig* с тем же значением. *Feiern* – «считать хорошим», прямое значение – «праздновать». Значение «считать хорошим» выражено в немецком языке словосочетанием *gut finden*. Между значениями *feiern* и *gut finden* устанавливается ассоциативная связь по признаку «положительность». Высказывание *Das Lied feier ich komplett* можно интерпретировать как «мне очень нравится песня».

Расширение значения (2). *Vergönnen* – «наслаждаться чем-л.». В общелитературном языке глагол *vergönnen* имеет значение «разрешить/позволить кому-л./себе что-л.», напр.: *jmdm./sich eine Pause vergönnen* (позволить кому-л./себе сделать перерыв). В молодёжном сленге происходит расширение значения. Глагол обозначает уже не разрешение, а дальнейшее развитие ситуации: кто-то наслаждается тем, что находится в его распоряжении (и, конечно, разрешено), напр.: *Erstmal 'n Bier vergönnen!* / Сначала – пиво! В новом значении глагол уже не реализует валентность «кому-л./себе».

Изменение значения лексем как путь пополнения молодёжного сленга оказалось менее продуктивным в 2019 г. (без учёта фразеологизмов – 11,36%), чем в 1996 (28,03%). Сопоставление по отдельным видам изменения значения не представляется возможным, так как в работе Х. Эльсен такой анализ не проводился. Данные на 2019 г. говорят о том, что преобладающим видом изменения значения является метафора – в основном как самостоятельная операция, возможно также объединение метафоры и метонимии. В молодёжном сленге обнаружались и другие виды тропов как способ создания новых значений (ирония, эвфемизм), а также ассоциативная связь, отличная от метафоры и учитывающая менее очевидные признаки значений – этот вид ассоциативной связи пока не исследовался. Новые значения развиваются не только в исконных и ассимилированных словах немецкого языка, но и в недавних заимствованиях из английского, ещё не вполне утвердившихся в толковых словарях общеупотребительной лексики, например: *facebooken* (общаться через сеть Facebook → всё знать о ком-л.), *auf Stand-by schalten* (перевести [компьютер] в энергосберегающий режим → идти спать), *Influencer* (тот, кто имеет большое количество подписчиков в социальных сетях и может влиять на общественное мнение → тот, кто очень активно использует социальные сети, но при этом не имеет подписчиков).

Если учесть, что изменение значений корневых морфем и целых слов регулярно происходит при словосложении и часто при деривации (см. ниже), то можно заключить, что изменение значений остаётся основным фактором развития молодёжного сленга.

Словообразование (367 – 45,53%) (без учёта фразеологизмов – 48,48%) (Elsen: 330 – 65,61%).

Словосложение (166 – 20,60%) (без учёта фразеологизмов – 21,93%) (Elsen: 63 – 12,52%). *Die Deophobie* – «деофобия, страх перед использованием дезодоранта»: *Deo* (сокр. от *das Deodorant* – дезодорант) и *die Phobie* (фобия). Фобия приводит к тому, что человек дурно пахнет. Существительное употребляется в контекстах типа *Er leidet an Deophobie.* / Он страдает деофобией. *Die Bambusleitung* – «медленный Интернет» (букв.: соединение с помощью бамбука). *Holz-PC* – «медленный компьютер» (букв.: деревянный компьютер). В двух последних случаях компонент «деревянный/бамбуковый» переосмыслен в «плохой»: дерево – неподходящий, «игрушечный» материал для компьютеров и каналов связи между ними. В сложном существительном *die Deophobie* переосмыслено всё значение слова. Среди сложных существительных в словаре сленгизмов 2019 г. нет ни одного, значение которого не подверглось бы переосмыслению – полностью или в рамках одного из компонентов. Компонентами сложных слов часто становятся иноязычные основы. При подсчётах они не включались в число заимствований. В рубрике «Заимствования» учтены только те иноязычные слова, которые в немецком языке сохранили свою морфологическую принадлежность или подверглись безаффиксной деривации (см. ниже). Словосложение является самым продуктивным способом словообразования в молодёжном сленге 2019 г. В 1996 г. самым продуктивным способом была деривация. В анализе Х. Эльсен особо отмечен низкий процент новых сложных слов в молодёжном сленге по сравнению с другими подъязыками и с немецким языком в целом. Автор объясняет это стремлением молодёжи к прозрачности новых слов, что проще реализуется в деривации, чем в словосложении [8, S. 267, 271].

Аффиксальная деривация (63 – 7,82%) (без учёта фразеологизмов – 8,32%) (Elsen: 190 – 37,80%).

Префиксация (3). *Unfly* – «не «крутой»» (префикс *un-* со значением отрицания и прилагательное из молодёжного сленга *fly* – «крутой»). *Entfolgen* – «удалить кого-л. из списка друзей в соцсетях» (префикс *-ent* со значением «удаление» и глагол *folgen* – «следовать»).

Суффиксация (45). *Der Iphoneismus* – «зависимость от айфона» (*das iPhone* – «айфон» и суффикс *-ismus* в значении «явление, факт»). *Kreativisieren* – «устраивать мозговой штурм» (*kreativ* – «креативный» и семантически нейтральный суффикс *-isier* и суффикс инфинитива *-en*). *31er* – «предатель» (*31* и суффикс широкой семантики *-er*, указывающий на лицо мужского пола); существительное образовано на основе ассоциации с § 31 уголовного кодекса, в котором определяется порядок суммирования сроков наказания за различные правонарушения.

Префиксально-суффиксальный способ словообразования (8). *Unlügbar* – «безусловный, бесспорный» (префикс *un-*, выражающий отрицание, основа глагола *lüg(en)* – «обманывать» и суффикс *-bar* в значении «возможность совершения действия»). В составе прилагательного *unlügbar* глагол *lügen* изменил исходное значение на «оспаривать». Это изменение можно определить как ассоциативную связь по признаку «наличие противоположных утверждений». *Verbuggt* – «полный изъяснов» как характеристика человека (английское существительное *bug* «ошибка в программе» и комбинация префикса *ver-* «испорченный чем-л.» с суффиксом причастия II *-t* несуществующего глагола *verbuggen*). Такой способ образования прилагательных, имеющих вид псевдопричастий, типичен для немецкого языка.

Образование глаголов с приглагольными частицами (3) (Elsen – 53). *Abwursten* – «использовать туалетную комнату» (приглагольная частица *ab-* в значении «удаление/усиление» и глагол *wursten* – вульг. «испражняться» от *die Wurst* «колбаса»); *anstrullern* – «раздражать кого-л.» (приглагольная частица *an-* в значении «направленность действия» и глагол *strullern* – вульг. «мочиться»).

Образования с аффиксоидами (4) (Elsen – 32). *Betrinkenswert* – «дающий повод выпить» (основа глагола *sich betrinken* «напиться» и суффиксоид *-wert* в значении «заслуживающий чего-л.»). *Glucosehaltig* – «сладкий» (*die Glucose* «глюкоза» и суффиксоид *-haltig* в значении «содержащий»).

В 1996 г. доля аффиксальной деривации в неологизмах молодёжного сленга составляла 37,80%. В 2019 г. – 8,32% (без учёта фразеологизмов). Самый распространённый вид аффиксальной деривации – суффиксация. Как и в 1996 г., популярны приглагольные частицы *an-* и *ab-* (последняя не только как словообразовательный элемент, но и как составная часть слов, изменивших своё значение в языке молодёжи). По-прежнему встречаются образования с характерными для молодёжного сленга суффиксами *-i*, *-o*, *-e*: *Besti* – «лучшая подруга», *schmando* – «плохой», *intense* – «впечатляющий». Аффиксоиды в неологизмах 2019 г. – это суффиксоиды, характерные для системы немецкого языка в целом: *-wert*, *-haltig*. Аффиксоиды в неологизмах 1996 г., по данным Х. Эльсен [8, S. 268-270], – это преимущественно морфемы, предшествующие корню слова: приглагольные частицы и префиксоиды со значением усиления *hyper-*, *mega-*, *todes-*, *end-*, *endcool-* и др., часть которых затем превратилась в несклоняемые прилагательные. В настоящее время пополнение этого синонимического ряда приостановилось. Лексемы, содержащие усилительные префиксоиды, используются в словаре для толкования других выражений и даже для взаимного толкования. Например, *endteflon* «высший класс» (букв.: конечный тефлон) получает объяснение через *megageil* «мегакрутой».

Безаффиксная деривация/конверсия (18 – 2,23%) (без учёта фразеологизмов – 2,38%) (Elsen: 34 – 6,76%). Почти все примеры конверсии в корпусе 2019 г. – это примеры вербализации: существительные (часто имена собственные) переходят в разряд глаголов посредством присоединения формообразующего глагольного суффикса *-(e)n*. *Lideln* – «покупать что-л. дешёвое». Глагол образован от названия немецкого супермаркета *Lidel*, в котором можно купить продукты по сравнительно низким ценам. *Schulzen* – «врать» – от фамилии немецкого политика Мартина Шульца (*Schulz*). Среди молодёжи бытует мнение, что политики часто врут, этот стереотип и дал толчок к созданию слова. *80ern* – «жить в прошлом и не уметь пользоваться компьютером». *Ein 80er* – это человек, которому за 80. Образ жизни такого человека имеется в виду, когда существительное переходит в разряд глаголов.

Конверсия как способ пополнения молодёжного сленга стала использоваться реже.

Обратное словопроизводство (2 – 0,25%) (без учёта фразеологизмов – 0,26%) (Elsen: 7 – 1,39%). Происхождение обоих слов допускает двоякую трактовку: и заимствование, и обратное словопроизводство. Если принять второй вариант, то глагол *autokorrekten* («писать, полагаясь на функцию автокорректора в смартфоне») образован от существительного *Autokorrektur* «автокорректор» путём отбрасывания суффикса *-ur*, а замена *k* на *c* – это орфографическое заимствование. Прилагательное *intense* можно рассматривать как образование от *intensiv* посредством замены заимствованного суффикса *-iv* на сленговый суффикс *-e*, при этом изменяется и значение слова: *intense* означает не «интенсивный», а «впечатляющий». Словарь не приводит никаких англоязычных эквивалентов немецкого *intense*, что снижает вероятность заимствования.

Сращение, то есть суффиксация группы слов, связанных синтаксическими отношениями (1 – 0,12%) (без учёта фразеологизмов – 0,13%) (Elsen: 3 – 0,60%). *Reinhäuter* – «человек без татуировок» (словосочетание *reine Haut* «чистая кожа» и суффикс *-er*).

Обратное словопроизводство и сращение остались редкими способами словообразования в языке молодёжи.

Контаминация (50 – 6,20%) (без учёта фразеологизмов – 6,60%) (Elsen: 7 – 1,39%). *Chassen* – «переписываться в чате и одновременно есть» (совмещение глаголов *chatten* «переписываться в чате» и *essen* «есть»). *Merkules* – «могущественная Ангела Меркель» (совмещение имён собственных *Merkel* «Меркель» и *Herkules* «Геркулес»).

Контаминация как способ объединения значений двух лексем стала использоваться более активно. В 1996 г. были отмечены случаи потери одного из значений [Ibidem, S. 269]. В корпусе 2019 г. такие примеры не встретились.

Аббревиация (24 – 2,98%) (без учёта фразеологизмов – 3,17%) (Elsen: 33 – 6,56%).

Аббревиация в письменной коммуникации (только буквенные аббревиатуры) (12). *ILNE* (*Ich lebe nur einmal*) – «я живу только раз». Это аналог английского *YOLO* (*you only live once*), *wmd* (*Was machst du?*) – «что делаешь?». Аббревиатуры этого типа являются средством экономии в письменной онлайн-коммуникации, и многие из них представляют в сокращённом виде целые фразы. Такие сокращения не предназначены

для произнесения. Это отличает их как от обычных буквенных, так и от графических сокращений типа *ca.* (*circa* «приблизительно»).

Аббревиация в устной коммуникации (12). *GMBH (Geh mal Bier holen)* – «Сходи-ка за пивом» – буквенная аббревиатура и одновременно языковая шутка, так как первые буквы сокращенных слов те же, что в *GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung)* «общество с ограниченной ответственностью». Примеры слоговой аббревиации, которая в другой терминологии называется усечением: *wit (witzig)* – «остроумный». *GuMo (Guten Morgen)* – «доброе утро». Примеры показывают, что в устной коммуникации молодёжи, как и в письменной, аббревиации могут подвергаться не только слова и словосочетания, но и целые фразы.

В описании корпуса 1996 г. не были отмечены сокращения, предназначенные для письменной коммуникации. Их появление в корпусе 2019 г. представляется очевидным, так как молодёжь стала более активно использовать возможности письменной интернет-коммуникации.

Смешанная группа (43 – 5,33%). Новые лексемы могут быть образованы не одним, а сразу несколькими способами. Такие случаи выделены в отдельную группу. За рамками группы остались два вида регулярно повторяющихся комбинаций: это совмещение словосложения/деривации с использованием заимствованных основ, а также изменение значения корневых морфем при словосложении и деривации. Таким образом, в смешанную группу вошли только нетривиальные комбинации различных способов пополнения словарного состава. *Grillbieren* – «жарить барбекю и пить пиво». Данный глагол был образован путём сложения *der Grill* (гриль) с *das Bier* (пиво) и конверсии путём добавления глагольного суффикса *-en* (глагола *bieren* «пить пиво» в немецком языке нет). *Der Eurofighter* – «получатель пособия по безработице, выполняющий простые работы с оплатой из расчёта 1-2 евро в час». *Eurofighter* – заимствованное из английского сложное слово, обозначающее многоцелевой истребитель: *Euro-* «европейский» и *fighter* «самолёт-истребитель». Оба компонента сложного слова многозначны и в молодёжном сленге обнаруживают другие значения: *Euro* «валюта евро» и *fighter* «боец». То есть *Eurofighter* – это буквально «боец, который сражается за евро». Характер переосмысления близок как к метафоре, так и к паронимии.

Наличие смешанной группы затрудняет количественное сопоставление двух корпусов. В описании Х. Эльсен выделена особая группа (*Sondermuster*), состоящая всего из 5 лексем [Ibidem, S. 268], но можно ли приравнять её к выделенной нами смешанной группе, остаётся неизвестным.

Заимствование (237 – 29,40%) (без учёта фразеологизмов – 31,30%) (Elsen: 35 – 6,96%).

Заимствование с сохранением формы слова в устной коммуникации (136). *Exting* – «завершение отношений через мессенджер». Данное слово является заимствованием из английского языка, а в английском – контаминацией. Слово изменило свое значение при переходе из английского языка в немецкий. В английском *exting* означает написание сообщения бывшему партнеру с целью возобновления отношений. *Forever alone* – «один навсегда». Словосочетание используется для описания одиноких людей, которые лишились друзей или партнеров.

Заимствование с сохранением формы слова в письменной коммуникации (53). *Idk* – «я не знаю». Данное заимствование мотивировано высокой частотностью в английском языке, где оно является аббревиацией от *I don't know*. *TGIF* – «слава Богу, пятница», в английском является аббревиатурой от *Thank God it's Friday*. Пятница – это особенный день для школьников и студентов, поскольку в пятницу заканчивается учёба и начинаются выходные.

Заимствование с сохранением формы слова и грамматическая ассимиляция (22). Это группа английских глаголов, которые интегрируются в немецкую грамматическую систему путём добавления глагольного суффикса *-en*, например: *adden* – «добавлять кого-то в друзья в социальных сетях» (от англ. *add*), *eaten* – «есть» (от англ. *eat*), несмотря на наличие в немецком глагола *essen* с тем же значением.

Заимствование с сохранением формы слова и конверсия (24). *Fluffen* – «ходить, сидеть или лежать в расслабленном состоянии». Английское существительное *fluff* (пух) получило немецкий глагольный суффикс *-en* и перешло в разряд глаголов. Тем же способом образован немецкий глагол *poolen* (купаться, плавать) от английского существительного *pool* (бассейн).

Калькирование (2). *Captain Offensichtlich* – «капитан очевидность». Это словосочетание служит обращением и употребляется во многих языках. *Captain* является прямым заимствованием из английского, а *Offensichtlich* – переводом *Obvious*. Прилагательное *lumpastisch* также является полукалькой английского *lumpatious*: заимствована корневая морфема *lump* «глупый», а остальная часть слова, состоящая из словообразовательных морфем, *-atious*, представлена в немецком сочетании суффиксов *-ast* и *-isch*.

По сравнению с 1996 г. количество заимствований-неологизмов в молодёжном сленге значительно увеличилось: с 6,96% до 29,40% (без учёта фразеологизмов – 31,30%). При этом в данных за 1996 г. учтены не только заимствования как самостоятельные лексические единицы, но и заимствования в роли словообразовательных элементов (напр., элемент *hippie* «хиппи» в составе прилагательного *hippig* с немецким суффиксом *-ig*). Статистические данные подтверждаются мнением немецкоязычной молодёжи об особенностях собственной речи. Согласно данным опросов, проведённых ещё в 2005 г., молодые люди отмечали среди прочего активное употребление слов и выражений из английского языка [12, S. 77-78]. Эту активность поддерживает издательство Langenscheidt: во всех выпусках словаря молодёжного языка немецкие лексемы снабжены англо-американскими эквивалентами. Англо-американизмы по-прежнему преобладают над заимствованиями из других языков и из диалектов. Сохраняется и тенденция к изменению значений заимствованных слов. Качественно новым явлением можно считать наличие заимствований в области письменной коммуникации, что объясняется активным общением молодёжи в социальных сетях.

Создание фразеологизмов (49 – 6,08%). *Auf Rille sein* – «быть пьяным» (букв.: двигаться по узкому жёлобу). *Chill deine Nuggets!* / Успокойся! (букв.: Успокой свои нагетсы!) – под нагетсами, очевидно, подразумеваются напряжённые грудные мышцы. *Du bist so 2017!* / Ты такой позапрошлогодний! (букв.: Ты такой 2017!). Позапрошлый год интерпретируется как далёкое прошлое, а всё связанное с ним – как устаревшее и уже немодное. Первый фразеологизм обнаруживает обычный механизм идиоматизации значения, а следующие два – усложнённый. Во фразеологизме *Auf Rille sein* «быть пьяным» описанная ситуация просто подвергается переосмыслению, а в двух других переход от исходного образа к его интерпретации требует дополнительных умственных операций: в одном случае нужно учесть, что номинация *Nuggets* «нагетсы» употреблена метафорически, а в другом иметь в виду заведомую сиюминутность фразеологизма. Усложнённая семантика характерна для многих фразеологизмов молодёжного сленга в корпусе 2019 г.

В описании корпуса 1996 г. не учтены фразеологизмы, однако отмечены слова, которые «вышли» из фразеологизмов. Напр., прилагательное *abgezopft* (старый) отличается от предложения *Das ist ein alter Zopf.* / Это устарело (букв.: это старая коса) только грамматическим статусом, а *das Brett* «доска» получило новое значение «проблема» благодаря ассоциации с фразеологизмом *ein Brett vor dem Kopf haben* («быть твердолобым», букв.: иметь доску перед головой) [8, S. 269]. В корпусе 2019 г. также обнаружены подобные примеры, например, сокращение *KBS (Kein-Bock-Syndrom* – букв.: синдром-нет-желания) восходит к фразеологизму молодёжного сленга *keinen Bock auf etwas haben* «не иметь желания что-л. делать».

Словотворчество (59 – 7,32%).

В отечественной лингвистической терминологии под словотворчеством обычно понимается индивидуальное создание новых слов согласно нормам словообразования или с отклонением от нормы. Потребность в словотворчестве испытывают писатели, публицисты, дети. Вновь созданные слова могут войти в общелитературный язык или остаться авторскими неологизмами [3]. В германистике с конца XIX в. принято различать словообразование (*Wortbildung*) и создание новых слов (*Wortschöpfung*) [9, S. 5]. В процессе словообразования используются готовые звуковые комплексы, которые соответствуют уже существующим в языке словам и морфемам, а создание новых слов – это создание новых звуковых комплексов и новых слов и морфем. Данное различие регулярно проводится в работах, посвящённых общим вопросам словообразования [4, S. 645; 10, S. 5; 14, S. 107]. Начиная со второй половины XX в., наряду с термином “*Wortschöpfung*”, употребляется термин “*Bildung von Kunstwörtern*” (образование искусственных слов). Вновь созданные слова обозначаются как “*Wortschöpfungen*” (созданные слова) или “*Kunstwörter*” (искусственные слова). Процесс образования новых слов в немецком языке можно условно обозначить русскоязычным термином «словотворчество», имея в виду именно создание новых звуковых комплексов. Результатом такого словотворчества, по данным современных исследований, могут быть слова двух типов: ономатопеи (звукоподражательные слова) и не связанные со звукоподражанием номинации различных фирм, видов продукции, услуг, новых материалов [4, S. 645-456]. Первые имеют фонетическую мотивацию и представлены в основном словарном составе языка междометиями, некоторыми глаголами и некоторыми существительными [2, с. 110-111]. Вторые являются относительно новыми существительными.

Со временем наметилось сближение между номинациями двух типов. Это проявляется в том, что существительные второго типа могут создаваться для выполнения не только номинативной, но и эстетической функции, а именно для создания определённого акустического впечатления с помощью подбора звуков в названиях товаров или в именах вымышленных персонажей [6, S. 145-147].

В номинациях второго типа обнаруживается, кроме того, нечёткость границы между словотворчеством и словообразованием. Например, искусственно созданное слово может быть звуковым или графическим отклонением от исходного слова/словосочетания, которое остаётся узнаваемым: в названии хозяйственных салфеток *Vileda* угадывается *wie Leder* «как кожа». Искусственное слово может быть также произвольным соединением узнаваемых слов и морфем из разных языков: *Handsan* – название крема и мыла для рук – это комбинация *Hand-* (нем. «рука») и *-san* (< лат. *sanus* «здоровый») [13, S. 246].

Следует добавить, что искусственное происхождение отмечено у некоторых аффиксальных морфем, напр., *-sil* и *-pren* в названиях видов материала для пломбирования зубов *Biosil*, *Biopren* [7, S. 36]. В целом создание искусственных материалов вызывает появление новых искусственных слов в отдельных подъязыках, в частности в подъязыке химии. Согласно исследованиям Х. Эльсен, такой способ пополнения лексики данного подъязыка занимает второе место после словосложения [Ibidem, S. 59], однако он нехарактерен для языка молодёжи, так как отсутствие прозрачной мотивации затрудняет восприятие новых лексем [7, S. 86; 8, S. 272]. Наличие 59 искусственных слов среди неологизмов молодёжного сленга 2019 г. говорит о том, что современная немецкая молодёжь, напротив, склонна к затемнению мотивации. Возможно, это новый вид языковой игры. Примеры словотворчества в языке молодёжи отличаются от приведённых выше и могут быть классифицированы следующим образом.

Словотворчество в сфере устной коммуникации (40).

А. Создание новых слов и корневых морфем. В молодёжном сленге есть слова и корневые морфемы, происхождение которых не удаётся установить, например:

Akk – данный звуковой комплекс представляет два омонима: в одном случае это универсальный глагол, не требующий спряжения, в другом – наречие со значением «всё равно».

Abnerxen – «использовать туалетную комнату». Происхождение корневой морфемы неясно.

В других случаях предыстория искусственных слов известна, например:

flor – выражение грусти или разочарования. Это анаграмма часто употребляемого в чатах сокращения *ROFL: Rolling on Floor Laughing* (катаюсь по полу от смеха). Обратный порядок букв должен создавать противоположный смысл. Поскольку сочетание *lf* в начале слога невозможно, произошла перестановка: *fl*.

Kek – обращение к тому, над кем потешаются. Данное слово впервые появилось в англоязычной ролевой игре *World of Warcraft* около 2004 г. и служило выражением смеха участников, представлявших орду, после получения сигнала *LOL (laugh out loud «громко смеяться»)*. В языке немецких реперов развилось новое метонимическое значение, которое и зафиксировано в словаре молодёжного сленга 2019 г.

Б. Искажение звучания, например:

Aww – выражение восторга, является искажением междометия *au*.

Okö – искажённый вариант слова *Okay* «окей».

Okurr – конечно, ясно. Значение идентично значению английского словосочетания *okay sure*, звучание отдалённо напоминает его. Словосочетание сократилось в немецком языке до слова.

Sheeeesh? / Правда? Ты это серьёзно?

Sheesh! / Классно! Словарь фиксирует два разных значения этого звукового комплекса, которые определяются различиями в интонации и степени утрирования долготы гласного. Долгота может изображаться графически, и варианты с разным количеством гласных букв становятся средством письменной коммуникации. *Sheesh*, искажённое звучание *Geez* (англ. «боже»), появившееся в среде реперов, первоначально было восклицанием, произносимым в тех же ситуациях, что «боже мой!». Затем его возможности расширились: *Sheesh* может появляться в начале или конце высказывания в функции усиления, а также передавать значения, указанные в словаре.

Aber shisha! – «разумеется, конечно». Неясно, является ли слово *shisha* дальнейшим искажением звучания *sheesh* или это изменённое *sicher* «конечно». Неясность усугубляется тем, что в немецком языке есть заимствование из турецкого *die Shisha (Sheesha)* «кальян», хорошо известное молодёжи. Таким образом, по искажённому звучанию не во всех случаях удаётся восстановить исходный звуковой облик и исходное значение слова.

Iggn – намеренно игнорировать кого-л. Это не просто стяжение глагола *ignorieren* (игнорировать), но и появление второй *g* в корне. Таким образом, искажение звучания приводит к появлению новой корневой морфемы *-igg*.

Intellilent – неумный и неспособный. В данном случае было создано новое слово путем искажения звучания слова *intelligent* (умный и способный).

Как видно из последних двух примеров, искажение звучания может приводить к созданию новых слов и морфем. Кроме того, различие между этими типами словотворчества не всегда очевидно, поэтому отдельные количественные данные по ним здесь не приводятся.

Словотворчество в сфере письменной коммуникации (6). Примеры:

+1 – выражение согласия (букв.: плюс один). Это сочетание знаков означает «Я за!» или «еще один человек согласен/присоединяется». В основном используется в письменной интернет-коммуникации, но может быть озвучено как *plus eins* «плюс один».

xD – «Очень смешно!». Это смайлик, состоящий из двух букв: *x* символизирует глаза, а *D* – открытый смеющийся рот. Чтение смайлика по буквам может быть озвучено и в устной коммуникации.

XO – «целую и обнимаю». В этом смайлике *X* интерпретируется как поцелуй, поскольку форма буквы напоминает сжатые губы, а *O* – как объятия, так как буква напоминает руки при объятиях.

В словарь “100% Jugendsprache 2019” включены также продукты письменного словотворчества более раннего периода, середины 2010-х гг., когда в интернет-коммуникации был популярен так называемый **стиль Vong** (нарочито искажённое *von* «от»). Этот стиль по сути является аналогом отечественного феномена, известного как «олбанский» язык, с той разницей, что *Vong* ориентирован не на фонетический принцип орфографии, а на создание и закрепление орфографических, грамматических и иных ошибок в письменных текстах. Словарь содержит 13 слов и словосочетаний этого стиля (1,61%), которые до сих пор охотно используются молодёжью в письменной коммуникации. Так, «словом года» молодёжного языка в 2017 г. стала фраза *Hallo, I bims!* (искажение от *Hallo, ich bin 's!* / Привет, это я!). Возможно, именно *Vong* послужил толчком к созданию искажённых звучаний, а затем и новых слов в устной коммуникации молодёжи.

Итак, своеобразие искусственных слов молодёжного сленга состоит в том, что они являются новыми номинациями известных референтов, что характерно для молодёжной лексики в целом [8, S. 272]. В устной коммуникации новые звуковые комплексы функционируют именно как новые номинации, а слова-искажения, кроме того, используются для усиления высказывания, в котором выражается уверенность или положительная оценка. В сфере письменной онлайн-коммуникации немецкая молодёжь часто пользуется общепринятыми графическими обозначениями речевых клише и озвучивает наиболее актуальные, перенося их, таким образом, в сферу устной коммуникации. В этом случае возникает усложненное, более опосредованное языковое представление референта. При озвучивании графических обозначений происходит их описание, то есть называются символы, из которых они состоят (буквы или другие знаки). Символы, в свою очередь, копируют зрительное впечатление от той ситуации, которая уже описана стандартными языковыми средствами. Таким образом, произнося по буквам *xD* и имея в виду «Очень смешно!», говорящий в третий раз кодирует данное содержание.

Помимо новых и относительно новых лексем, словарь “100% Jugendsprache 2019” содержит примеры буквенной **транскрипции разговорной речи**. Очевидно, имеется в виду использование этого приёма в письменной коммуникации. Всего выявлено 6 таких примеров (0,74%): *han* (*haben* «иметь»), *Ruf ma!* (*Rufe mal!* / Позвони!), *meeega* (*mega* «мега» – увеличение долготы гласного характеризует эмоциональную интонацию) и др.

Итак, анализ путей пополнения немецкого молодёжного сленга на основе данных 2019 г. и сопоставление полученных результатов с результатами аналогичного анализа молодёжных неологизмов 1996 г., проведённого Х. Эльсен, позволяют сделать следующие **выводы**.

Тенденции пополнения и развития лексики молодёжного языка частично сохранились. Так, самой заметной чертой этого процесса остаётся изменение значений исконных и иноязычных слов, а также словообразовательных элементов при словообразовании. «Переадресовка» готовых номинаций – испытанный способ сделать язык молодежи непохожим на язык взрослых. Изменился удельный вес отдельных путей и способов пополнения молодёжного сленга: по сравнению с 1996 г. значительно увеличилось количество заимствований, большую часть которых составляют англо-американизмы. Кроме того, корпус неологизмов 2019 г. отличается от корпуса 1996 г. перевесом словосложения над деривацией, увеличением доли контаминированных слов, а также наличием заметного количества неологизмов, возникших в результате нетривиальных комбинаций нескольких способов.

Один из путей пополнения молодёжного сленга – изменение значения лексем – учтён, но не проанализирован в исследовании Х. Эльсен. При анализе новых лексем 2019 г., которые развились в результате изменения значения, обнаружены известные типы изменений с ожидаемым преобладанием метафоры. Кроме того, выявлены и другие виды тропов, проявившихся в новых значениях, а также ассоциативная связь, отличная от метафоры, – этот способ развития значений пока детально не исследовался. При анализе корпуса 2019 г., в отличие от анализа корпуса 1996 г., учитывался такой путь пополнения словарного состава, как создание фразеологизмов. Исследование этого пласта неологизмов не проводилось, однако есть основания полагать, что фразеологизмы молодёжного сленга в принципе обнаруживают своеобразные способы идиоматизации.

Качественно новым в молодёжном сленге 2019 г. является наличие заимствований в области письменной коммуникации, что объясняется активным общением молодежи в социальных сетях, – при этом сохраняется тенденция к изменению значений заимствованных слов. Оформился новый путь пополнения молодёжной лексики, словотворчество: появились искусственные слова с затемнённой мотивацией и с усложнённым представлением референта. В статье предпринимается попытка описания лексем, которые являются результатом словотворчества в языке молодежи. Проводится сравнение таких лексем с продуктами словотворчества в других подязыках. Выделены типы словотворчества в языке молодежи.

Подводя краткий итог, можно сказать, что перераспределение пропорций между путями и способами пополнения немецкой молодёжной лексики в целом свидетельствует о том, что отражение действительности в молодёжном сленге усложнилось: оно стало менее прозрачным и более опосредованным. Эта тенденция требует более детального изучения. Поэтому **перспективным представляется дальнейшее исследование** молодёжного сленга в когнитивном и референциальном аспектах. В когнитивном плане интересны области-источники метафоризации при развитии новых значений, ассоциативная связь, отличная от метафоры, своеобразные способы идиоматизации, развитие словотворчества. В плане референции возможно сопоставление словарей молодёжного сленга разных лет с целью выявления переименованных, исключённых из словаря и новых референтов. В совокупности эти направления исследования будут способствовать созданию общей характеристики языкового и неязыкового сознания современной немецкой молодежи.

Список источников

1. **Лингвистический энциклопедический словарь** / гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Сов. энциклопедия, 1990. 685 с.
2. **Ольшанский И. Г., Гусева А. Е.** Лексикология: современный немецкий язык: учебник для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2005. 416 с.
3. **Словотворчество** [Электронный ресурс] // Русский язык: энциклопедия русского языка. URL: <https://russkiyazik.ru/859> (дата обращения: 15.05.2020).
4. **DUDEN** / hrsg. v.d. Dudenredaktion: in 12 Bänden. 7. völlig neu erarbeitete und erweiterte Aufl. Mannheim u.a.: Dudenverlag, 2006. Bd. 4. Die Grammatik. 1343 S.
5. **Ehmann H.** Oberaffengeil: Neues Lexikon der Jugendsprache. München: Beck, 1996. 159 S.
6. **Elsen H.** Das Kunstwort // Muttersprache. 2005. № 2. S. 142-149.
7. **Elsen H.** Neologismen: Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen. 2., überarbeitete Aufl. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG, 2011. 202 S.
8. **Elsen H.** Sonderlexik Jugend? // Jugendsprachen – Spiegel der Zeit / hrsg. v. E. Neuland. Wuppertal: Peter Lang, 2001. S. 262-275.
9. **Fleischer W., Barz I.** Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1992. 392 S.
10. **Henzen W.** Deutsche Wortbildung. 3., durchgesehene und erweiterte Aufl. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1965. 314 S.
11. **Kinne M.** Neologismus und Neologismenlexikographie im Deutschen // Deutsche Sprache. 1996. № 24. S. 327-358.
12. **Neuland E.** Jugendsprache. Eine Einführung. 2. überarbeitete und erweiterte Aufl. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 2018. 274 S.
13. **Platen Chr.** Köpi, Kelts und Knusperone – Morpheme in den Zeiten der Marktwirtschaft // Praxis- und Integrationsfelder der Wortbildungsforschung / hrsg. v. I. Barz, M. Schröder u.a. Heidelberg: Winter, 2000. S. 239-250.
14. **Schippan Th.** Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2002. 306 S.
15. **100% Jugendsprache 2019.** München: Langenscheidt GmbH & Co. KG, 2018. 160 S.

Tendencies in Youth Slang Formation in the Modern German Language

Bojkova Irina Borissovna, PhD
Kovalchuk Nikita Konstantinovich
Moscow Pedagogical State University
irbbo@mail.ru; nikitakovalchuk95@gmail.com

The aim of the study is to give an account of tendencies in formation of the modern German youth slang. The article reviews ways and methods of expanding youth vocabulary, determines their proportion in formation of neologisms in 2019. The research findings are contrasted against results of a similar analysis of youth neologisms conducted in 1996. The research is novel in that comparison of two slices of the German youth slang with much time passed between them is made for the first time and types of youth word creation, which has not been studied before, are described. As a result, it was found that proportion of certain ways and methods of expanding youth slang has changed. The way youth slang reflects reality has become less transparent and more indirect.

Key words and phrases: German youth slang; ways of vocabulary expansion; neologisms; word creation.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.9.36>

Дата поступления рукописи: 01.07.2020

Цель статьи – установить коннотативные свойства наименований лица в американском тюремном жаргоне с учетом эмоционального, оценочного и стилистического компонентов их семантики, создающих экспрессивный эффект. *Научная новизна* состоит в том, что впервые проводится анализ коннотационной семантики названий лица в тюремном жаргоне американского лингвистического ареала. *Полученные результаты* показали, что стилистическая составляющая значения жаргонных номинаций определяет их эмоционально-оценочную окраску, способную значительно модифицировать логико-предметное содержание слова. Подчеркивается, что эмоционально-оценочный и экспрессивный компоненты значения лексем реализуются преимущественно за счет образного семантического переосмысления.

Ключевые слова и фразы: американский национальный вариант английского языка; американский тюремный жаргон; лингвистический ареал; наименование лица; коннотация.

Воробьева Елена Николаевна, к. филол. н., доц.

Трифанова Светлана Сергеевна, к. филол. н.

Вологодский институт права и экономики Федеральной службы исполнения наказаний
helenvorobyova@mail.ru; tss7-lion@yandex.ru

Коннотативные особенности наименований лица в американском тюремном жаргоне

Американский тюремный жаргон – это устойчивая социально обусловленная форма макросистемы AmE (американского национального варианта английского языка), выполняющая ведущую коммуникативно-эмотивную функцию и объединяющая слова и словосочетания с различной степенью этико-стилистической сниженности, которые обозначают как специальные, так и обычные предметы и явления речевого репертуара представителей пенитенциарной субкультуры. Определение понятия приводится по аналогии с новозеландским тюремным жаргоном [11, с. 64] в рамках социолектологической теории В. П. Коровушкина [6; 7].

Актуальность темы определяется повышенным интересом к изучению социально обусловленных вариантов полинационального английского языка и их лингвистических особенностей.

Для описания коннотативных свойств американского тюремного жаргона необходимо решить следующие *задачи*: установить лексико-семантические группировки, в которых наиболее четко прослеживаются оценочные коннотации; описать эмоционально-оценочные компоненты семантики жаргонных лексем; выявить особые выразительные средства, специфичные для тюремных жаргонизмов AmE и оценить их потенциальную функциональность.

На сегодняшний день тюремный жаргон американского лингвистического ареала остается малоизученной областью отечественного языкознания. За рубежом данное явление (в том числе и на лексико-семантическом уровне) освещается в контексте как профессиональной, так и любительской лингвистики, в частности, в работах Д. Клеммера [16], Г. Л. Энсиаса [18], Р. Джиалломбардо [19], Дж. Милберна [20] и др.

Теоретическую базу исследования составили работы И. В. Арнольд [1], О. С. Ахмановой [2; 15], В. Н. Телия [10], В. К. Харченко [13], В. И. Шаховского [14], Н. А. Лукьяновой [8], рассматривающих коннотацию в русле лингвистического (лексикологического) направления.

Эмпирическим материалом исследования послужили 177 лексико-фразеологических единиц (наименований лица), извлеченных в результате сплошной выборки из англоязычных субстандартных словарей под редакцией Т. Далзелла [21; 22].