

# МОЛОДЁЖНЫЙ СЛЕНГ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ

К. В. Гринченко, В. А. Гут

*Белорусский государственный университет, г. Минск;  
grinkarik08@gmail.com, viktoriagut7@gmail.com;  
науч. рук. – А. В. Зеленовская, ст. преподаватель*

В статье рассматриваются вопросы влияния окружающего мира на формирование и функционирование молодежного сленга. В качестве объекта исследования выбраны единицы современного молодежного сленга немецкого и английского языков – сленгизмы, наиболее распространенные в молодежной среде. Обосновывается утверждение о существовании прямой взаимосвязи между происходящими в жизни молодых людей и страны в целом событиями и появлением в молодежном сленге неологизмов. Описаны характерные черты современной жизни, тенденции и события, нашедшие отражение в языке молодежи. Отмечается, что самыми популярными сленгизмами становятся те из создаваемых неологизмов, которые четко и полно отражают суть того или иного явления и эмоционально-оценочное отношение к нему молодых людей.

**Ключевые слова:** молодежный сленг, эмоционально окрашенная лексика, стилистические границы употребления, общее интернет-пространство.

В данной статье предпринята попытка проанализировать молодежный сленг в сопоставительном аспекте, используя данные двух языков – английского и немецкого. Материалом данного исследования являются результаты голосований за звание наиболее популярного молодёжного слова в немецком и английском языках.

Перед непосредственным анализом сленга необходимо выяснить, что представляет собой данное языковое явление. За основу нашей работы мы взяли трактовку Е. С. Велим: «Сленг – это нелитературная, эмоционально окрашенная лексика, возникающая и употребляющаяся прежде всего в устной речи; характеризуется более или менее ярко выраженной фамильярной окраской слов, что ограничивает стилистические границы его употребления и отличается большим разнообразием оттенков (ироническая, насмешливая, презрительная, пренебрежительная, грубая, вульгарная). Сленг – это яркий стиль живого, подвижного языка, движущегося в ногу со временем и реагирующего на любые перемены в обществе» [1, с. 163].

Ежегодно с 2008 года молодых людей в Германии просят проголосовать за их любимое слово или выражение. Таким образом определяется сленговое выражение или неологизм, который становится «Молодёжным словом года». Основные критерии, которые учитываются при определении слова года, – это частота использования, креативность, ориги-

нальность, а также отражение общественных и культурных событий. Топ Германии 2020 года выглядит следующим образом: 1. *Lost*; 2. *Cringe*; 3. *Wyld/wild*; 4. *No front*; 5. *Digga*; 6. *Schabernack*; 7. *Mittwoch*; 8. *Sauftrag*; 9. *Köftespieß*; 10. *Mashallah* [2].

Список фаворитов английского молодёжного сленга 2020 выглядит следующим образом: 1. *Rona/Vid*; 2. *Boomer*; 3. *Lit*; 4. *Cap*; 5. *Bet*; 6. *Dope*; 7. *Tea*; 8. *Woke*; 9. *Fire*; 10. *Slaps* [3].

В результате анализа 20 наиболее популярных лексических единиц немецкого и английского молодёжного сленга нами было установлено, что среди лексических единиц немецкого молодёжного сленга преобладают слова с одобрительным значением (8 из 10 единиц). Единиц с отрицательной коннотацией оказалось намного меньше (2 из 10 единиц). Проанализированные нами лексические единицы английского молодёжного сленга также представлены преимущественно словами с положительным и нейтральным компонентом.

В результате исследования нами было обнаружено, что существует несколько источников пополнения молодёжного сленга немецкой и американской молодежи, которые являются важной частью реальности современного молодого человека в Германии и США. Одним из самых логичных и самых крупных источников пополнения сленговой лексики является Интернет. На просторах Интернет-пространства каждый день появляются новые так называемые «тренды», которые крайне быстро распространяются по всему миру и находят отклик у молодых людей из разных стран, тем самым дополняя и изменяя их реальность. Подростки из Германии и США, употребляя сленговый термин *Cringe*, описывают что-то неприятное, неловкое, зазорное, причем как по отношению к себе, так и к окружающим. Понятием *Wyld* (или *Wild*) молодые немцы описывают что-то вопиющее, шокирующее, особенное. А слово *Mittwoch* сперва приобрело популярность в 2014 в англоговорящем интернет-пространстве, и уже позже получило «вторую жизнь» в немецком языке. Фраза, в которой употребляется данное слово, *It is Wednesday, my dudes* (нем. *Es ist Mittwoch meine Kerle*; русск. *Это среда, чуваки*) не несёт за собой никакой смысловой нагрузки ни в каком из представленных языков: с помощью этой фразы просто сообщается, что наступила среда, обычный день. Предположительно эта фраза берет свое начало от известного интернет-мема, изображающего толстую жабу.

Молодежь Германии принимает активное участие в жизни своей страны как в сфере политики, так и в сфере экономики, активно интересуется, особенно в последнее время, сферой здравоохранения. Доказательством этому служит первая позиция слова *lost* в топе молодёжных слов года, которое в переводе звучит как «потерянный». Немецкая мо-

лодѣжь испытывала крайнюю озабоченность по поводу эпидемиологической ситуации в стране, так как в Германии 2020 год был ознаменован строгим «локдауном», принесший как хорошие, так и плохие изменения в жизни миллионов жителей Германии. Такая же ситуация наблюдается и в англоязычном топе: первое место в топ-10 сленговых лексических единиц английского языка 2020 года занимает термин *Rona/Vid*, появившийся в связи с современной эпидемиологической ситуацией.

Ещё одним источником пополнения молодѣжного сленга являются лексические пласты соседствующих социальных групп. К ним относятся сленг музыкантов, айтишников или даже наркоманов и криминальных элементов. Это свидетельствует о разнообразии, которое существует внутри данной социально-возрастной группы: молодые люди в Германии и США в XXI веке сами вольны выбирать своё дело, свой круг общения и свою судьбу. Сленговый термин *car* обозначает ложь или чушь, в то время как *no car* используется в тех случаях, когда говорят чистую правду и не лгут. Неологизм *dope* – это термин, применяемый для описания чего-то великолепного или потрясающего. Выражение *slaps* начали употреблять в середине 2000-х годов в качестве положительного комментария по отношению к какому-либо музыкальному произведению. Сегодня данное понятие стало более широко использоваться в интернет-пространстве как более обобщённый термин для описания всего, что может показаться человеку удивительным.

Активное использование сленговой единицы *boomer* указывает, что в США на данный момент проблема разницы поколений стоит достаточно остро. В Германии же, несмотря на такие же передовые идеи и ценности, присущие молодому поколению, мы можем наблюдать явный интерес к своим корням, что проявляется через активное использование когда-то забытой лексики. В качестве примера мы приведем старинное немецкое слово *Schabernack*, обозначающее добрую безобидную шалость. Сегодня *Schabernack* подразумевает под собой веселье, забаву, от которой не должен пострадать ни один человек. Популярным данное слово стало благодаря члену Христианско-демократического союза Германии Филиппу Амтору, который, несмотря на свой довольно молодой возраст – 28 лет – часто использует в своей речи устаревшие слова, коим и является слово *Schabernack*.

Мы можем отметить крайне положительную тенденцию, которая получает своё развитие во всём мире: немецкая молодѣжь использует лексику, с целью звучать наиболее толерантно, доброжелательно. Молодые люди беспокоятся о личном пространстве и комфорте людей вокруг. Это доказывает выражение *no front*, чаще всего используемое в конце фразы,

высказывания с целью подчеркнуть, что говорящий не хочет осудить, обидеть или оскорбить своего собеседника.

Для американской молодёжи является важным убедить собеседника в правоте своих слов и высказываний, тем самым показывая, насколько ценно и важно оставаться всегда на стороне истины и быть верным своим словам. Примерами терминов, которые могут употребляться современной молодежью с этой целью, могут быть слова *cap* и *bet* из рассматриваемого нами списка самых популярных слов.

У молодёжи в Германии, как и у представителей данной группы в США и других странах мира, особенное место занимает тема друзей, веселья, развлечений, отдыха, что доказывает, что, несмотря на разницу культур, существуют универсальные черты, характерные для такой социально-возрастной группы, как молодёжь. Выражение *Digga* в немецком языке имеет значение «друг», «брат», «приятель». Следующий немецкий сленговый термин *Sauftrag* употребляется молодежью в Германии в ситуациях, когда они планируют выпить с друзьями. Популярный сленговый термин *lit* часто можно услышать, когда говорящий рассказывает о вечеринках и других мероприятиях, отмечая, что мероприятие прошло отлично и действительно удалось.

На основании сказанного мы можем утверждать, что у немецкого и английского молодёжного сленга больше точек соприкосновения, чем различий, что позволяет говорить о похожих тенденциях в его развитии. Причиной тому является, с нашей точки зрения, общее Интернет-пространство, которое связывает между собой людей по всему миру, а также глобализация и, следовательно, закономерность и относительная однородность процессов, происходящих одновременно во всем мире.

#### Библиографические ссылки

1. Велли, Е. С. Употребление молодёжного сленга в современном дискурсе / Е.С. Велли // Вестник ТвГУ. – 2014. – №1. – С. 162-165.
2. Walter, R. Wild, lost oder cringe: Welches wird das Jugendwort des Jahres? // R. Walter // <https://www.nordbayern.de/kultur/wild-lost-oder-kring..> [Электронный ресурс]. – 2020. Режим доступа : <https://>. – Дата доступа : 10.04.2020.
3. Anderson, T. Top 10 Slang Terms for 2021 // T. Anderson // <https://odinanswers.com/top-10-slang-terms-for-2021/> [Электронный ресурс]. – 2020. Режим доступа : <https://>. – Дата доступа : 10.04.2020.