

‘чувствовать свою незначительность в каком-либо деле’, *to make one feel small* ‘заставить кого-либо чувствовать себя неважным/неуспешным’.

Выделяются также фразеологические выражения, выражающие ложную успешность. К примеру, *to get too big for somebody's boots* ‘представляться более успешным, чем есть на самом деле’, *too big for (one's) britches* ‘быть слишком самоуверенным в собственной значимости / переоценивать возможности человека’, *to talk big* ‘переоценивать свой успех’. Они используются в случаях, когда говорят о переоценивании своих либо чужих возможностей.

Выделяются также выражения, которыми можно назвать человека успешным только в узкой сфере либо малой группе. К таким фразеологическим единицам относят выражение *a big fish / frog in a small pond* ‘иметь большое влияние / быть успешным в незначительном деле’. В более масштабной сфере человек не будет иметь такого успеха, в таком случае данные фразеологизмы могут использоваться в значении неуспешности.

Заключение. Семантика фразеологических единиц, включающих компоненты *big* и *small*, является достаточно разнообразной. Для обозначения успешности в английских фразеологизмах в основном употребляется компонент *big*. Исключение составляют выражения с обозначением успешности только в узкой сфере. Можно предположить, что это связано с ассоциациями слова *big* с чем-то значительным и грандиозным. В то же время в составе фразеологизмов со значением неуспешности также употребляется компонент *big*, однако большинство выражений имеют в составе компонент *small*. При этом прослеживается употребление фразеологизмов со значением успешности/неуспешности в переносном смысле.

Список цитируемых источников

1. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. — Изд. 3-е, стер. — М.: Рус. яз., 2001. — 264 с.
2. Митина, И. Е. Словарь английских идиом / И. Е. Митина. — СПб.: КАРО, 2001. — 160 с.

УДК 81.271.2

И. В. Сыгина, З. И. Корзун

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Введение. Язык — мощное средство регуляции деятельности людей в различных сферах. Будучи орудием общения, язык, как зеркало, отражает особенности его носителей, их культуру и историю, реагирует на все изменения в обществе. Современный мир динамично развивается, вместе с ним в постоянном развитии находится язык. Все события, которые охватывают общество, влияют на живое развитие разговорной речи, получают отклик в языках мира и добавляют в лексикон человечества новые фразы и выражения. Человеческое общение — один из важнейших показателей образованности и эрудированности. От того, как будет происходить общение, зависит восприятие человека обществом, его авторитет в общественной и профессиональной деятельности. Основным элементом общения на современном этапе выступает сленг, который составляет часть разговорной лексики, обладающую существенным весом, так как является динамично меняющимся и развивающимся её компонентом, а молодежный сленг отражает значимые для культуры и социума события и изменения.

Основная часть. Молодёжный сленг всё чаще становится темой научных дискуссий. Такой интерес к нему объясняется тем, что он представляет собой «интереснейший лингвистический феномен», многогранное явление, которое до недавнего времени с трудом просачивалось сквозь кордоны цензуры. Сейчас, когда исследование молодёжного сленга перестало быть табу, он активно и всесторонне изучается с позиций не только лингвистики, но также социологии и психологии.

Актуальность исследования заключается в том, что сленг, являясь неотъемлемой частью языка, представляет собой одну из наиболее актуальных и противоречивых проблем современной лексикологии. А исследование именно молодёжного сленга отражает языковую ситуацию и номинативные потребности современного общества, являющегося неоднородной структурой, и позволяет раскрыть роль сленгизмов в расширении словарного состава любого языка в соответствии с тенденцией языковой популяризации.

Студентам, изучающим немецкий язык как иностранный, необходимо иметь в виду тот факт, что они, попав в языковую среду немецкой молодежи, владея нормами литературного немецкого языка, могут испытать языковой барьер и непонимание в отношении обычного разговорного выражения или жаргонизма. С нашей точки зрения, составной частью процесса обучения иностранным языкам на современном этапе должен выступать молодежный сленг, так как коммуникативный процесс и установление взаимопонимания, понимание подтекста и остроты высказывания зависят иногда от владения молодежной раз-

говорной речью. Сленговые выражения используются для того, чтобы называть различные явления, свойства и предметы. Они употребляются, когда человек заинтересован в происходящих вокруг него событиях, а не является безучастным наблюдателем. Используя в своей речи сленг, молодые люди хотят выразить свое критическое, ироническое отношение к ценностям мира старших, проявить свою независимость, самоутвердиться, завоевать популярность в молодежной среде. Ему присущи живость, экспрессивность, образность и подвижность состава, использование элементов ситуации, компрессивные словопроизводные и метонимия.

Мы разделяем мнение Э. М. Береговской о том, что молодежный сленг «представляет собой интереснейший лингвистический феномен, бытование которого ограничено не только определенными возрастными рамками, как это очевидно из его номинации, но и социальными, временными и пространственными рамками. Он бытует в среде городской учащейся молодежи — в отдельных более или менее замкнутых референтных группах» [1, с. 22].

Немецкий сленг представляет собой такой лингвистический феномен, бытование которого ограничено не только определенными возрастными, но и социальными, временными и пространственными рамками. Самой главной среди отличительных черт сленга немецкого языка является и его диалектный характер в каждой федеральной земле.

Данное исследование направлено на комплексное описание сленга как одной из подсистем современного немецкого языка и выявления специфики функционирования сленга в речи студентов-лингвистов. В качестве испытуемых выступили студенты факультета славянских и германских языков в количестве 50 человек, которые должны были ответить на вопросы:

1. Как часто Вы используете сленгизмы немецкого языка?
2. С какими тематическими группами связано употребление Вами сленга немецкого языка?

В результате исследования нами установлено, что студенты широко используют сленг в разговорной речи, однако использование сленга зависит от уровня сформированности коммуникативной компетенции и уровня владения английским языком как первым иностранным языком. Данную особенность использования молодежного сленга немецкого языка респонденты отмечают в связи с тем, что многие слова-сленгизмы являются заимствованиями из английского языка.

Что касается тематических групп используемых сленгизмов, респонденты проранжировали их в следующей последовательности:

- 1) лексические единицы, связанные с учебой, изучаемыми дисциплинами и студенческим бытом: *Abi* — *Abitur*; *Mathe* — *Mathematik*; *Proff* — *Professor*;
- 2) существительные, обозначающие родителей: *Alte* — *die Eltern*; *Daddy* — *der Vater*;
- 3) слова и словосочетания, выражающие приветствие и формы вежливости: *Hi* — *Hallo*;
- 4) названия видов одежды *Shirt* — *kurzärmeliges Hemd*; *Klamotten* — *Kleidung*;
- 5) слова, отражающие хобби и особенности времяпрепровождения: *shoppen* — *durch Geschäfte bummeln*;
- 6) существительные, обозначающие людей или дающие оценку людям: *Maus*, *Perle*, *Schnecke*.

Заключение. Изучение студентами-лингвистами-билингвами сленга немецкого языка помогает им осознать особенности и своеобразие национальной картины мира, понять национально-специфические особенности менталитета немецкой молодежи, что способствует формированию социокультурной компетентности студентов.

Список цитируемых источников

1. *Береговская, Э. М.* Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э. М. Береговская. — *Вопр. языкознания.* — 1996. — № 2. — С. 22.

УДК 81'373.43³²

П. А. Фадеева

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет имени И. Н. Ульянова», Ульяновск, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИЗУЧЕНИЯ МЕТАФОРЫ

Введение. В последнее время наблюдается повышение интереса к изучению метафоры, что затрагивает различные области науки — философию, психологию, лингвистику. Метафора все больше присутствует в разнообразных видах дискурса, что способствует увеличению теоретического интереса к данному лингвистическому средству. Существуют определенные тенденции развития когнитивной теории метафоры.