

либо понятий, составляет 4 % (4 единицы) и представлена следующими редупликативными словами: “*gee-gee*” (a horse); “*tuck-tuck*” (a “break” at school, from the old schoolboy use of tuck to mean food); “*heave-ho*” (a rejection or dismissal); “*the never-never*” (on hire purchase, on credit).

Заключение. Анализ функционирования редупликативных слов в сленге американского и британского вариантов английского языка показал преобладание лексических единиц с негативным и нейтральным значением, что позволяет предположить особенности и тенденции развития британской и американской субкультур.

Список цитируемых источников

1. Антрушина, Г. Б. Лексикология английского языка / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова. — М. : Дрофа, 2001. — 288 с.
2. Крючкова, О. Ю. Редупликация как явление русского словообразования / О. Ю. Крючкова. — Саратов : Саратов. гос. ун-т, 2000. — 261 с.
3. Минлос, Ф. Р. Редупликация и парные слова в восточно-славянских языках : автореф. дис. ... канд. фил. наук : 10.02.03 / Ф. Р. Минлос ; Ин-т славяноведения РАН. — М., 2004. — 20 с.
4. Мешков, О. Д. Словообразование современного английского языка [Текст] / О. Д. Мешков ; АН СССР, Кафедра иностр. яз. — М. : Наука, 1976. — 245 с.
5. Федяева, Е. В. Редупликация как одно из средств репрезентации неопределенного количества / Е. В. Федяева // Изв. РГПУ им. А. И. Герцена. — № 33 (73). — Ч. I. Общественные и гуманитарные науки. — СПб., 2008. — С. 469—472.
6. Thorne, T. Dictionary of contemporary slang / T. Thorne. — L. : GraphyCems, 2005. — 513 p.
7. Barbara, A. K. Dictionary of American slang / A. K. Barbara, L. R. Chapman. — NY. : HarperCollins Publishers Inc, 2007. — 1115 p.

УДК 81.271.2

И. В. Сытина, З. И. Корзун

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ПЕСНЯХ

Введение. Общеизвестно, что человеческое общение представляет собой один из важнейших показателей образованности и эрудированности личности. От того, как будет происходить общение, зависит восприятие человека обществом, его авторитет в общественной и в профессиональной деятельности. Основным элементом общения на современном этапе выступает сленг, который составляет часть разговорной лексики и обладает существенным весом, так как является динамично меняющимся и развивающимся её компонентом. Молодёжный сленг в свою очередь отражает значимые для культуры и социума события и изменения.

Данное исследование направлено на комплексное изучение сленга как одной из подсистем немецкого языка, а также на выявление социолингвистических особенностей его функционирования в текстах песен немецкоязычных исполнителей. Основными методами исследования выступают метод сплошной выборки, методы дефиниционного, контекстуального и сопоставительного анализа, а также интерпретационный метод.

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 молодежного 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.

Основная часть. Разговорно-обиходная лексика занимает немаловажную часть любого языка, а наиболее яркой является молодежный сленг. Общеизвестно, что сленг (жаргон, арг) — это «разновидность речи, используемая преимущественно в устном общении отдельной относительно устойчивой социальной группы, объединяющей людей по признаку профессии, положения в обществе, интересов или возраста; часть разговорной лексики, отражающей грубовато-фамильярное, иногда юмористическое отношение к предмету речи» [1, с. 108]. Следует отметить, что важнейшей особенностью молодежной речевой культуры является широкое распространение сленга, который возникает часто как протест против словесных штампов, однообразия тусклой обыденной речи, и, в конце-концов, просто стремление к элитарности в тексте, отличиться, пооригинальничать, что так свойственно молодежи во все времена. В целях самоутверждения, желая выглядеть современными, «продвинутыми», молодые люди начинают употреблять слова и выражения повышенной эмоциональности, по словам 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» [2, с. 17].

Мы придерживаемся точки зрения, что тексты музыкальных произведений являются продуктом, направленным на определенного реципиента, что, в свою очередь, обязывает его быть «на уровне», то есть быть понимаемым своим потребителем, а вернее, определенным классом потребителей. Любой текст понятен читателям или слушателям не только тогда, когда при его прочтении не возникает никаких вопросов по его содержанию, но и когда он вызывает у реципиента определенные эмоции. Как справедливо отмечает Е. М. Береговская, «исследование текстов немецких песен помогает осознать, какие языковые средства более характерны для рассмат-

риваемого языка. Главной особенностью песенного дискурса является малый объем текста. Чем меньше текст, тем сжатее и точнее должны в нем реализовываться содержание, цель. Малый объем песни приводит также к тому, что языковые средства выражения эмоций располагаются более плотно, порой образуют «наслоения» [3, с. 34].

Эмпирическим материалом исследования послужили 120 сленгизмов, отобранные методом сплошной выборки из песен немецкоязычных исполнителей: Mark Forster, OK KID, Tim Bendzko, Samra, Bausa, Mike Singer и SXTN. Выбор вышеуказанных исполнителей был обусловлен тем, что данные исполнители относятся к молодежной возрастной категории, поэтому нами было выдвинуто предположение, что именно в песенном материале исполнителей данного возрастного периода может быть использован молодежный сленг.

В рамках проведенного исследования нам важно было определить, какими частями речи в песенном материале немецкоязычных исполнителей представлен молодежный сленг. В результате исследования нами установлено, что чаще всего в немецкоязычных песнях в качестве молодежного сленга выступают имена существительные, частотность употребления которых составляет (37 %), например: *Baby, Hater, Kippe, das Mädél*, в сравнении с глаголами (33 %): *worken, skypen, labern, klauen* и именами прилагательными (16 %) от общего количества выявленных сленгизмов: *kitschig, beschissen, sattelfest, spitze*. Остальные лексические единицы относятся к устойчивым выражениям: *im Arsch sein, ein runder Tag, Hab und Gut*.

Следует отметить, что деление сленгизмов на классы довольно условно и не охватывает всего количества данного пласта лексики, но в то же время помогает синхронизировать полученные данные. В результате проведенного исследования нами выявлено, что в текстах песен немецкоязычных исполнителей наиболее часто встречаются лексические единицы, относящиеся к следующим группам:

- 1) названия денег: *die Kohle, die Tonne, die Knete — das Geld*;
- 2) слова, относящиеся к области развлечений, хобби, проведения досуга, свободного времени: *abhängen — die Zeit verbringen, Bambule — der Tanzabend, dancen — tanzen, das Date — das Treffen*;
- 3) существительные, обозначающие людей или дающие оценку людям: *das Baby — ein angenehmes Mädchen, der Hater — der Hassler, das Mini-Me — j-d, wer mir ähnelt, Dicka — der Junge*;
- 4) слова, относящиеся к сфере работы, умственной деятельности: *worken — arbeiten, hämmern — viel arbeiten*;
- 5) существительные, обозначающие родителей: *Alte, Ötzi — die Eltern, Daddy — der Vater, Mom — die Mutter*;
- 6) оценочные понятия: *fein — wunderbar, alles cool — alles gut, krass — sehr gut, kitschig — schlecht*;
- 7) профессии: *der Bulle, die Trachtengruppe — die Polizisten*.

Важным при этом выступает то, что проведенный анализ песенного материала немецкоязычных исполнителей позволил нам определить пути пополнения данного пласта лексики в соответствии с правилами словообразования, где представлены все основные виды словообразования: конверсия, аффиксация, словосложение, сокращение и др.

Заключение. Вышеизложенное позволяет заключить, что в современных песнях немецкоязычных исполнителей сленговые названия представляют собой специфический, отнюдь не малозначающий компонент словарного состава и его фразеологии. Это относительно новые образования, появление которых в плане номинации мотивируется как потребностью обозначить новые явления действительности, так и намерением по-новому назвать явление, уже имеющее свое обозначение. Роль такой лексики очень важна, она является необходимым средством совершенствования и гибкости речевой культуры, средством, где в объективной информации присутствует субъективный человеческий фактор.

Список цитируемых источников

1. Гальперин, И. Р. О термине «сленг» / И. Р. Гальперин // Вопр. языкознания. — 1956. — № 6. — С. 107—114.
2. Розен, Е. В. Подростково-молодежный словесный репертуар (на материале современного немецкого языка) / Е. В. Розен // Иностр. языки в шк. — 1975. — № 3. — С. 16—19.
3. Береговская, Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э. М. Береговская // Вопр. языкознания. — 1996. — № 2. — С. 32—41.

УДК 811.11-112

Е. В. Хацкевич, И. И. Любанец

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ В ГЕРМАНИИ: SPRECHEN SIE VONG SPRACHE: „HALO, I BIMS!“

Введение. В современном обществе сленг является неотъемлемой частью языка и речи в целом, отражающей новые тенденции, идеи и новости окружающего мира. Употребление сленга в повседневной жизни, в публицистике, СМИ и художественной литературе становится одной из проблем лексикологии.

В молодежном языке лексические, грамматические и стилистические изменения происходят ежегодно. Молодые люди хотят отличаться от взрослых, иметь свой «тайный» язык, во многом отличающийся от «правильного» литературного языка.