

3. Когнитивная ценность. Используя различные жанры аутентичных видеоматериалов (художественный фильм, интервью, выпуск новостей, документальное кино, ток-шоу, рекламный ролик) и учитывая интересы и потребности конкретной группы обучающихся, можно воспроизвести реальные ситуации иноязычной профессиональной коммуникации.

Понимая, что кроме преимуществ есть и определенные трудности для достижения эффективного усвоения предлагаемого содержания, необходимо дидактическое использование аутентичных кинотекстов. Дидактическое использование аутентичных кинотекстов должно быть адаптировано к целям учебной программы и потребностям учащихся. Прежде всего, необходимо провести предварительный анализ кинотекстов, принимая во внимание определенные навыки, которые должны быть отработаны, их подачу и привлекательность, уместность содержания, простоту использования, предлагаемые коммуникативные ситуации, а также уровень и возраст учащихся, их потребности, интересы и т. д. Материал должен как мотивировать и заинтересовывать учащихся, так и развивать их компетенции.

При отборе кинотекстов важно соблюдение одного из ключевых принципов — соответствие теме курса. Каждый фильм должен иметь отношение к изучаемому периоду или темам в литературе. Это дает возможность студентам, изучающим зарубежные литературные произведения, лучше понимать их смысл и расширять свой культурный кругозор. Во-вторых, кинотекст должен быть реальным и предоставлять студентам возможность погрузиться в языковую среду соответствующего периода. Важно учитывать, что фильм лингвистически близок к изучаемому литературному материалу, чтобы студент мог успешно адаптировать полученные знания к языковой практике. Кроме того, фильмы, отобранные для использования в образовательном процессе, должны обладать художественным качеством и передавать атмосферу и стиль изучаемого произведения. Высококачественные тексты к фильмам способствуют лучшему распознаванию и пониманию учащимися художественных особенностей литературы. Также преподаватели должны учитывать многокультурный контекст изучаемых произведений и выбирать кинотексты, которые отражают разнообразие культурного наследия. Это способствует более глубокому пониманию и оценке различий и сходств в литературном наследии разных стран. Принципиально важно учесть возможности интеграции кинотекстов с современными технологиями. Использование субтитров, интерактивных ресурсов и онлайн-платформ может обогатить учебный процесс и сделать его более доступным и интересным для студентов. Еще одним, немаловажным принципом является то, что при отборе кинотекстов необходимо учитывать возрастные и культурные особенности студентов. Фильмы должны быть интересными и актуальными для целевой аудитории, что способствует более эффективному усвоению материала и поддерживает интерес студентов к изучению зарубежной литературы.

Заключение: Соблюдение этих принципов при отборе кинотекстов на курсе зарубежной литературы создает сбалансированную и эффективную образовательную среду, способствующую более глубокому пониманию литературных произведений и развитию языковых компетенций студентов на языковом факультете. В целом, принципы отбора аутентичных кинотекстов не только обогащают учебный процесс, но и создают уникальное образовательное пространство, стимулируя студентов к активному и творческому взаимодействию с зарубежной литературой. Внедрение этих принципов открывает перед языковыми факультетами новые перспективы в обучении и формировании культурно-языковой компетенции будущих специалистов.

Список цитируемых источников

1. *Слышкин, Г. Г.* Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. — М.: Водолей Publishers, 2004. — 156 с.

2. Критерии отбора аутентичных видеоматериалов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.informio.ru/publications/id5145/Kriterii-otbora-autentichnyh-videomaterialov-v-processe-obuchenija-angliiskomu-jazyku-studentov-torgovo-yekonomicheskikh-specialnostei>. — Дата доступа: 08.10.2023.

УДК 811.11'276

М. И. Солдатенкова

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

*Научный руководитель
Е. В. Татаринович*

СЛЕНГ КАК СПОСОБ ОБОГАЩЕНИЯ СЛОВАРНОГО СОСТАВА НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Введение. Немецкий язык, как и любой другой, постоянно развивается и изменяется. Одним из способов обогащения словарного состава языка является включение в его лексическую систему сленговых единиц. Сленг — это неформальная разновидность языка, которая используется в разговорной речи [1]. Он отлича-

ется использованием ненормированных, часто отклоняющихся от стандартного словаря слов и выражений. Сленг служит средством идентификации, а также может рассматриваться как способ выражения творчества и оригинальности. Экспрессивность, образность, живость, некоторая социальная кодированность — все эти качества разговорного пласта лексики привлекают носителей языка, а сама лексика, активно функционирующая в различных сферах, становится интересным объектом исследования лингвистов. В рамках данного исследования рассматриваются способы и пути обогащения словарного состава современного немецкого языка сленговыми лексическими единицами.

Основная часть. Сленг играет важную роль в обогащении словарного состава немецкого языка. Благодаря использованию сленговых единиц, в общеупотребительном языке не только появляются новые слова и выражения, но и изменяются значения имеющихся слов, появляются новые значения. Многие сленговые единицы вначале возникают в определенных социальных группах или субкультурах, но затем широко используются в различных социальных сферах. Что же является источником сленга, как появляются и функционируют сленговые единицы, каким образом они становятся частью живого языка? Как понять содержание сленгизмов, как их перевести? Попробуем разобраться в этих непростых вопросах.

Очевидно, что в условиях глобализации и активного взаимного влияния различных культур, одним из основных источников пополнения регистра сленговой лексики остаются заимствования. Лидирующие позиции здесь занимают заимствования из английского языка, например, *Joint* ‘сигарета с марихуаной’, *konnakten* ‘соединяться с помощью электронных средств связи’, *auf Double-Timer* ‘правильно распределив свое время’, *faxen* ‘совершать глупости’, *Lessness* ‘искусство из малого получать многое’, *Mega-Deal* ‘большой бизнес’ и одновременно ‘большая, хорошая вещь’, *Mc-Job* ‘непрестижная работа’.

Обратимся к словообразовательным моделям. Лексема *diggen* является новообразованием от английского *dig*, что на сленге означает ‘быть по душе’. Как видим, лексическая единица образована по словообразовательной модели немецкого инфинитива *основа + окончание -en* и употребляется в личной форме глагола, а значит, заимствованная единица адаптировалась к грамматической системе заимствующего языка. И таких примеров немало: *chillen*, *chatten*, *surfen*, *downloaden*.

Если рассматривать лексему *alken* от *Alki* (алкаш), то она иллюстрирует нередкий для молодежного словообразования прием – вербализацию имен существительных: *festen* ‘праздновать’ от *Fest* ‘праздник’, *müllen* ‘болтать чепуху’ от *Müll* ‘мусор, чепуха’, *zoffen* ‘спорить’ от *Zoff* ‘спор’.

Сленговые лексические единицы часто образуются с помощью такого средства словообразования как словоискажение или лексическая мутация. Чтобы понять содержание таких единиц, необходимо найти общеупотребительные литературные слова, от которых образовались сленгизмы, попытаться подобрать эквивалент. Следует заметить, при переводе такой лексики зачастую используется замена сленговых единиц стилистически-нейтральными: *laschi* ‘ленивый, скучный’ — от *lasch* ‘вялый, ленивый’, *alleinsam* ‘одинокий’ — от *allein* ‘один’ и *einsam* ‘одинокий’, *Randalo* ‘скандалист’ — от *randalieren* ‘скандалить, буянить’. Кроме того, можно встретить и «творческую словоигру», когда слово закрепляется в языке ввиду своей неожиданной оригинальности: *labundig* ‘живой’ — от *lebendig*, *hoppeldihop* ‘быстро, опа-оп, на раз-два’ — от *hoppel* ‘прыгать, скакать’ и *hopp* ‘гоп’. Чтобы перевод был адекватным, в таких случаях желательно все же подобрать стилистически-окрашенную единицу (иногда даже используются переводческие новообразования).

Для понимания и правильного употребления сленговых единиц зачастую используется приближенный перевод (замена слова понятием, подобным по содержанию, но не вполне адекватным): например, *Superbirne* ‘умник’ (дословно ‘супергруша’), *Heizkeks* ‘заводи́ла, зажигалка на вечеринке’ (дословно: «горячее печенье»).

Стоит отметить, что многие молодежные сленговые выражения похожи по звучанию и по содержанию в разных языках мира, а значит, удобны в использовании и способствуют активному общению. Например, *kreativen* ‘выдумывать, креативить’, *facebooken* ‘сидеть в фейсбуке’, *googeln* ‘искать в интернете’, *mailen* ‘отправлять электронные письма’, *taggen* ‘отмечать кого-либо на фото в интернете’, *batteln* ‘бороться с кем-либо’, *telen* ‘звонить по телефону’, *wikipedieren*, *wikifizieren* ‘искать что-либо в Википедии’.

Одной из особенностей сленга является активное использование аббревиатур и сокращений слов, что не вызывает удивления: экономия речевых усилий присуща разговорной речи, непринужденному общению (особенно в сети). Приведем примеры: *KA* (*keine Ahnung*) ‘без понятия’, *MOF* (*Mensch ohne Freunde*) ‘человек без друзей’, *Proggi* ‘прога, программа’, *Poli* ‘полиция’.

Иногда в аббревиатуру укладывается целая гамма эмоций, определенная позиция личности или даже философия жизни: *YOLO* (от англ. *you only live once* — ‘ты живешь только один раз’) — понятие, которое описывает стремление исполнять желания и получать удовольствие прямо сейчас, не отказываясь от этого ради будущего благополучия [2].

ROFL — аббревиатура, также указывающая на то, что пользователю очень смешно, и ему близка раскрываемая тема. Расшифровывается она как *Rolling On Floor Laughing* и на русский язык переводится как ‘катаюсь по полу, смеюсь’, русский аналог ‘ржунимагу’ [3].

Акроним *LOL* от английского *laughing out loud*, что означает смеяться громко, вслух. Термин используется в сетевом общении главным образом для выражения смеха в письменной форме [4].

Являясь неотъемлемой частью языка, сленгизмы вступают в определенные отношения с другими лексическими единицами. В этом контексте интересно понятие синонимии. Так, например, в современном

немецком языке к выражениям «очень хорошо», «отлично», «прекрасно», «великолепно» можно подобрать много синонимов: *super*, *prima*, *Klasse*, *toll*, *schau*. С той же коннотацией употребляются сленгизмы: *geil* 'отличный, классный, клевый', *krass* 'клевоый', *fett* 'классный, клевый', *irre* 'потрясающе здорово', *cool* 'классный', *funky* 'классный, стильный', *tierisch* 'здорово, клево', *teufisch* 'чертовски здорово', *megageil* 'очень-очень классный', *höllisch* 'очень круто, здорово' [5]. При таком многообразии синонимичных лексических единиц важно учитывать, что сленг относится к стилистически маркированной лексике, а многие лингвисты относят его к стилистически сниженной лексике; следует оценить контекст высказывания и целесообразность использования конкретного слова, и тогда разговорная речь станет богатой, эмоциональной и выразительной.

Заключение. Сленг играет важную роль в обогащении словарного состава немецкого языка. Сленговые единицы зачастую используются в современных фильмах, интернет-пространстве, музыке, СМИ, которые сами иногда и являются источником молодежного сленга. Благодаря использованию сленговых выражений, новые слова, новые значения слов обогащают живое общение, выражают широкий спектр эмоций и даже скрытых смыслов.

Сленг способствует сохранению функциональности немецкого языка как средства общения, его динамичности, а также позволяет говорящим выражать свои мысли и чувства оригинальным образом, проявлять свою индивидуальность. Однако важно помнить, что использование сленга должно быть уместным, соответствующим ситуации или контексту. А красота любого языка, бесспорно, в его живости и многообразии.

Список цитируемых источников

1. Сленг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3>. — Дата доступа: 07.10.2023.
2. YOLO [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/YOLO>. — Дата доступа: 05.10.2023.
3. ROFL [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wiktionary.org/wiki/ROFL>. — Дата доступа: 05.10.2023.
4. LOL [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/LOL>. — Дата доступа: 05.10.2023.
5. Девкин, В. Д. Немецко-русский словарь разговорной лексики / В. Д. Девкин. — М. : Русский язык, 1994. — 768 с.

УДК 811.111

Н. Д. Сорокина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Горно-Алтайский государственный университет», Горно-Алтайск, Российская Федерация

*Научный руководитель
Д. М. Киреева*

НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ТЕМАТИЧЕСКИЕ ГРУППЫ

Введение. Современный мир стремительно меняется, и язык должен отражать все эти изменения в речи. Английский язык, как и многие другие языки, постоянно развивается, каждый день появляются новые слова, фразы и выражения, которые охватывают разные сферы жизни общества, новые технологии, интересы, образ жизни, и т.д., что безусловно может создавать проблемы для людей, изучающих язык.

Основная часть. Анализ научных источников показывает, что на данный момент нет единого подхода к определению понятия объекта нашего исследования, а именно «неологизма».

Рассмотрев труды отечественных и зарубежных исследователей, мы сделали вывод о том, что наиболее удачным определением для термина «неологизм» можно считать определение, предложенное И. В. Арнольд. Следовательно, под неологизмами мы будем понимать слова или фразеологические обороты, входящие в язык с развитием или изменениями в общественных отношениях, изменениями в быту и условиях жизни людей, которые ощущаются говорящими как новые [1].

Еще одним спорным моментом современной лингвистики остается вопрос классификации неологизмов. На сегодняшний день в лингвистике существует несколько наиболее распространенных критериев их отбора для классификации: способ появления; продолжительность существования; степень новизны; отношение к языку; способ словообразования.

Считаем, что еще одним из обязательных критериев для полной классификации неологизмов является и сфера употребления нового слова [2].

Для наглядности представим составленную нами сводную схему классификации неологизмов (рисунок 1).