

## ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2023-97-2-104-110

### СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА

© *Марина Эдуардовна Рябова*<sup>1</sup>, *Любовь Михайловна Шатилова*<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Московский городской педагогический университет, г. Москва, Россия*

<sup>1</sup>*ryabovame@mail.ru* <sup>2</sup>*shatilovalm@mgpu.ru*

**Аннотация.** Рассматриваются структурно-семантические характеристики немецкого молодежного сленга. Молодежный сленг отражает ценностные приоритеты молодых людей, которые развернуто можно представить в наиболее актуальных семантических полях, объединенных лексическим значением и иллюстрирующими ключевые тематические составляющие. Сленгизмы классифицированы по следующим семантическим полям: «Спорт», «Мода», «Еда», «Интернет», «Фильмы». Проводится анализ частей речи и их словообразовательных моделей, а также стилистических средств выразительности, которые образуют выделенные поля. Выявлено, что семантические поля молодежных сленгизмов существуют в виде сложных системно организованных структур, границы которых довольно размыты. Сделаны выводы, что семантика полей позволяет выделить прагматическую составляющую и зафиксировать общее и различное в выделенных полях, а также обозначить свое и чужое.

**Ключевые слова:** сленгизмы, молодежный сленг, семантическое поле, структурно-семантическое средство, ценностные приоритеты.

**Для цитирования:** Рябова М.Э., Шатилова Л.М. Структурно-семантическая характеристика немецкоязычного молодежного сленга // Гуманитарные и социальные науки. 2023. Т. 97. № 2. С. 104-110. doi: 10.18522/2070-1403-2023-97-2-104-110

## PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

### The structural-semantic aspects of German youth slang

© *Marina E. Ryabova*<sup>1</sup>, *Lyubov M. Shatilova*<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Moscow city pedagogical university, Moscow, Russian Federation*

<sup>1</sup>*ryabovame@mail.ru* <sup>2</sup>*shatilovalm@mgpu.ru*

**Abstract.** Structural-semantic aspects of German youth slang are being examined. Youth slang reflects value priorities of young people that can be presented in detail in the most relevant semantic fields, connected through lexical meaning and illustrative of their key thematic components. Slangisms are classified into the following semantic fields: "Sport", "Fashion", "Food", "The Internet", "Movies". An analysis of parts of speech and their derivational models, as well as of stylistic means of expression that form the highlighted fields is conducted. The results of this research demonstrate that semantic fields of youth slangisms exist in the form of complex systematically organized structures, the boundaries of which are quite ambiguous. Conclusions were made, regarding the semantics of fields being able to allow to distinguish the pragmatic component and to mark the common and the different in the highlighted fields, also allowing to designate the "own" and the "alien".

**Key words:** slangisms, youth slang, semantic field, structural-semantic means, value priorities.

**For citation:** Marina E. Ryabova, Lyubov M. Shatilova The structural-semantic aspects of German youth slang. *The Humanities and Social Sciences*. 2023. Vol. 97. No 2. P. 104-110. doi: 10.18522/2070-1403-2023-97-2-104-110

#### Введение

Язык представляет собой живую систему, меняющуюся вместе с историей и мышлением его носителя. Неотъемлемой составляющей подвижного сегмента языка является молодежный сленг, особенно четко выражающий текущую действительность и реалии жизни лю-

дей в современном мире. Исходя из того, что однозначно принятого определения молодежного сленга в лингвистике не наблюдается, мы будем придерживаться дефиниции М.Ю. Касумовой, понимающей под молодежным сленгом «совокупность постоянно трансформирующихся языковых средств высокой экспрессивной силы, которые используются в общении молодыми людьми» [4, с. 63]. Например, при помощи сленговых выражений молодым людям легче придать эмоциональную окраску или завуалировать высказывание, сделав его непонятным для других людей.

Исследователи отмечают, что «одной из претензионных к изучению языковых парадигм оказывается система языка социальных групп молодежи» [5, с. 73]. Развивая мысль авторов, подчеркнем, что постоянное обновление молодежного сленга делает особенным язык каждого поколения, не только обогащая его запас за счет расширения пласта разговорного языка, но и отражая все политические, экономические и социокультурные изменения, принося понимание путей и способов его возникновения.

Бесспорная актуальность исследования обусловлена неугасающим интересом лингвистики к динамичным аспектам молодежного языка (семантического, структурного, прагматического и др.), позволяющим конкретной социальной группе общаться зашифровано, кодировано, проявляя индивидуальные характеристики. Несмотря на стремление молодежи обособиться от остального мира, именно молодежный язык является некой приметой времени. Превалирование расширяющегося медиaprостранства привело к интенсивному продуцированию молодежного сленга, делая очевидным важность изучения его закономерностей.

Молодежный сленг возникает не только в среде замкнутых коллективов, но и в дискурсе Интернета, позволяя молодым людям креативно выражать собственные мысли и оригинально окрашивать медиакommunikацию. Молодежный сленг бросает вызов литературной языковой норме, противостоя официальному общепринятому языку. Учитывая, что сущностной основой молодежного сленга выступает то, что он не предназначен для того, чтобы быть понятным для всех, можно утверждать, что молодежный сленг связан с поисками идентичности личности в соответствии с амбивалентной оппозицией «свое – чужое», тонко и гибко приспосабливаясь к интеллектуальным и эмоциональным проекциям человека. Л.Г. Викулова и О.А. Кулагина утверждают, что «в социокультурной эволюции образ чужого изменчив и может быть измерен спецификой контактов с иным этносом в целом, а также напрямую связан с хронотопом, т.е. пространственно-временными отношениями» [2, с. 34].

Цель исследования состоит в выявлении доминантных структурно-семантических средств немецкого молодежного сленга в пяти популярных у молодежи семантических полях: «Спорт», «Мода», «Еда», «Интернет», «Фильмы». Материалом послужили статьи молодежного журнала «Fluter» 2020–2022 гг. Из источника было проанализировано 445 сленговых единиц, отобранных сочетанием методов сплошной выборки и компонентного анализа.

#### *Обсуждение*

В лексиконе молодежного сленга отражаются ценностные приоритеты молодежи, которые развернуто представлены в наиболее актуальных семантических полях, объединенных лексическим значением и иллюстрирующих ключевые тематические составляющие. При выделении семантического поля за основу была взята точка зрения Ю.Д. Апресян: «Семантическое поле образуется множеством значений, которые имеют хотя бы один общий семантический компонент» [1, с. 251].

В результате попытки классификации сленгизмов на семантические поля на основе общности хотя бы одного семантического компонента, был получен общий список из 445 сленговых единиц, который, как уже было сказано выше, был разбит на пять семантических полей «Спорт», «Мода», «Еда», «Интернет», «Фильмы». Выделенные поля содержат наибольшее количество сленгизмов и образуют специфический коммуникативный фрагмент картины мира немецкой молодежи. Каждое семантическое поле содержало в себе от 3 до 10 тематических микрополей. Исследование заключалось в анализе частей речи и их словообразовательных моделей, а также стилистических средств выразительности.

Семантическое поле «Спорт» представлено: 1) существительными (51), среди которых 24 образованы путем словосложения (21 немецкого происхождения, 1 англицизм, 1 гибридная форма с англицизмом, 1 форма с усечением); 15 образованы путем деривации (12 немецкого происхождения, 2 англицизма); 3 образованы путем сращения; 2 сокращения (1 усечение, 1 инициализм); 1 образовано путем конверсии (англицизм); 6 простых слов (1 из которых ономотоп); 2) глаголами (11), которые образованы путем деривации (9 немецкого происхождения, 2 англицизма); 3) прилагательными (3), которые являются англицизмами (1 образовано путем деривации, 2 простых); 4) наречиями (3) (*echt, ganz, absolut*); 5) междометиями (3) (*Juchu, Hä, Na*).

Среди стилистических средств выразительности можно выделить метафору (30); гиперболу (7); фразеологизмы (6).

Приведем некоторые типичные примеры, относящиеся к этому семантическому полю. *Wie jetzt, du hast Angst vor Bungee-Jumping? Du alter Foliengriller!* («Ну что, боишься банджу-джампинга? Ты, дохляк!»). Способ словообразования: словосложение (сущ. *Bungee-Jumping*), детерминативное существительное. Заимствование из английского языка.

*Der absolute Sportmuffel!* («Абсолютно неспортивный человек»). Способ словообразования: словосложение (сущ. *Sport + der Muffel*), детерминативное существительное. Средство выразительности: гиперболы (прилаг. *absolut*).

Семантическое поле «Мода» содержит: 1) существительные (70), среди которых 66 образованы путем словосложения (46 англицизмов, среди которых 2 акронима; 16 гибридных слов, среди которых 3 частично являются усечениями; 1 французского происхождения; 2 немецкого происхождения; 1 ономотоп); 1 образовано путем деривации (англицизм); 3 простых слова; 2) глаголы (2), образованные путем деривации (англицизмы); 3) прилагательные (13), среди которых 5 образованы путем словосложения (4 немецкого происхождения; 1 англицизм); 2 образованы путем деривации (англицизмы); 6 простых (англицизмы); 4) наречия (2); 5) междометия (2).

Среди стилистических средств выразительности можно выделить метафору (20); гиперболу (10); сравнение (4); антитезу (3); фразеологизмы (3); олицетворение (1); литоту (1); иронию (1).

Проиллюстрируем сказанное типичными примерами, относящимися к семантическому полю «Мода». *Willst du toll sein, brauchst du unbedingt die neuesten Must-haves der Saison* («Если ты хочешь быть стильным, тебе абсолютно необходимы маст-хэвы сезона»). Способ словообразования: конверсия, словосложение (глагол. *must+ have*), детерминативное существительное. Заимствование из английского языка.

*Röcke feiern dieses Jahr ein grandioses Comeback* («Юбки возвращаются на прилавки магазинов в этом году»). Способ словообразования: словосложение (*Come + back*). Заимствование из английского языка. Средство выразительности (*grandioses*) гиперболы.

Семантическое поле «Еда» структурировано: 1) существительными (42), среди которых 33 образованы путем словосложения (среди которых 10 гибридных слов; 13 англицизмов); 3 образованы путем деривации (среди которых 2 англицизма); 1 сокращение; 1 апокопа; 1 усечение; 3 простых слова; 2) глаголами (5), образованными путем деривации (англицизмы); 3) прилагательными (7), из которых 3 образованы путем деривации (англицизмы); 4) простых (англицизмы); 4) междометиями (4); 5) наречиями (4).

Среди стилистических средств выразительности можно выделить метафору (17); гиперболу (14); эпитет (2); метонимию (4); литоту (3); сравнение (3); фразеологизмы (4).

Приведем типичные для этого семантического поля примеры. *Probiere mal, was nices für dich und deine Freund\*innen zu kochen – die Profis stylen Sie, gemäß den neuesten Essen-Trends.* («Попробуйте приготовить что-нибудь вкусное для себя и своих друзей. Профессионалы подскажут вам в соответствии с последними тенденциями в еде»). Способ словообразования деривация (сущ. *style + суффикс – en*). Заимствование из английского языка: *style*.

Конституентами семантического поля «Интернет» являются:

1. существительные (75), среди которых 40 образованы путем словосложения (11 гибридных форм, среди которых 5 аббревиатур, 1 усечение; 24 англицизма, среди которых 5 ча-

- стично являются аббревиатурами; 5 немецкого происхождения, их которых 1 образовано путем усечения); 19 путем деривации (17 англицизмов; 1 арабского происхождения; 1 немецкого происхождения); 1 образовано путем сращения; 15 простых слов (англицизмы);
2. глаголы (19), среди которых 15 образованы путем деривации, 1 из которых ономотоп (англицизмы); 3 простых;
  3. прилагательные (2), среди которых 1 образовано путем конверсии и деривации (англицизм); 1 путем конверсии (англицизм); 4 наречия (3); 5 междометия (7), одно из которых является заимствованием из арабского языка.

Среди стилистических средств выразительности можно выделить метафору (8); метонимию (4); гиперболу (5); литоту; иронию; фразеологизм (8).

Проиллюстрируем сказанное. *Ich erinnere mich noch gut an drei wirklich verbuggte Spiele, die mein Spielerlebnis getrübt haben.* («Я до сих пор помню три действительно глючных игры, которые испортили мне игровой опыт»). Способ словообразования: конверсия, деривация (префикс *ver-* + сущ. *bug* + окончание *-en*). Заимствование из английского языка: *bug*.

*Kaspersky wird euch vor Wurms schützen.* («Касперский защитит от вирусов»). Основа метонимии: название программы по имени создателя;

Семантическое поле «Фильмы» формируют: 1) существительные (63), среди которых 30 образованы путем словосложения (24 англицизма; 6 слов немецкого происхождения); 6 образованы путем деривации (англицизмы); 1 образовано путем конверсии; 1 сращение; 4 усечения (англицизмы); 21 простые (24 англицизма; 6 немецкого происхождения); 2) глаголы (35), среди которых 31 образованы путем деривации (20 англицизмов; 11 немецкого происхождения); 4 простых (немецкого происхождения); 3) прилагательные (11), среди которых 3 образованы путем деривации (2 немецкого происхождения, 1 англицизм); 2 образованы путем словосложения (1 немецкого происхождения, 1 англицизм); 6 простых (5 англицизмов, 1 немецкого происхождения); 4) наречия (3); 5) междометия (5).

Среди стилистических средств выразительности можно выделить метафору (24); гиперболу (12); метонимию (3); иронию (1); сравнение (1); фразеологизмы (6).

Приведем типичные примеры. *Netflix droppte, dass die Dreharbeiten wieder gestartet sind und worüber wir uns in Staffel 3 freuen können!* («Netflix сообщила, что съемки возобновились, и чего ждать от третьего сезона!»). Способ словообразования: суффиксальный (глагол. *drop* + окончание *-en*). Заимствование из английского языка: *drop*.

*Dabei wäre der Schauspieler für seine Ideen fast aus der Filmreihe gekickt worden!* («Актера чуть не выгнали из сериала за его идеи!»). Способ словообразования: суффиксация (глагол. *kick* + окончание *-en*). Средство выразительности: метафора. Заимствование из английского языка: *kick*.

Сравнив конститuenty семантических полей, можно сделать вывод, что наибольшее количество сленгизмов относятся к теме «Фильмы» (117), за которой следуют «Интернет» (106), «Мода» (89), «Спорт» (71) и «Еда» (62).

Сопоставление сленгизмов позволяет обнаружить следующее.

1. Наиболее продуктивными способами словообразования существительных являются: словосложение (193 лексем); деривация (44 лексем); сокращение (5); сращение (4), конверсия (1). Общее количество простых слов составляет 48.
2. Наиболее продуктивным способом словообразования глаголов является деривация, которая характерна практически для всех глаголов каждой тематической группы (34). Количество простых глаголов составляет 5.
3. Наиболее продуктивным способом словообразования прилагательных являются деривация (10), словосложение (7), конверсия (1), конверсия и деривация (1). Количество простых прилагательных составляет 18.
4. Междометия (21) (и наречия (15) уступают вышеупомянутым членам предложения по количеству. Несмотря на их немногочисленность, они в равной степени присутствовали в каждом семантическом поле.

Иерархическая последовательность наиболее популярных средств выразительности представлена достаточно ограниченным числом стилистических средств, именно: метафорой, гиперболой, фразеологизмами, метонимией, сравнением. Кратко прокомментируем их по отношению к каждому семантическому полю.

Метафора (99). Наибольшее количество метафор относится к семантическому полю «Спорт». Большую часть составляют антропоморфные метафоры, которые помогают выразить эмоции наиболее экспрессивным и живым образом. В семантических полях «Мода» и «Еда» популярностью пользуются также метафоры из военной, медицинской и спортивной сфер. Синестезия как подвид метафоры была представлена лишь в 1 предложении в семантическом поле «Мода».

Гипербола (48). Наиболее популярным способом образования являются префиксоиды *super-*, *mega-*, *extra-*. Помимо этого, особую экспрессивность выражают такие прилагательные, как *bombastisch*, *tierisch*, *umwerfend*, *unschlagbar*. Наиболее часто гипербола встречалась в семантическом поле «Мода».

Фразеологизмы (27). Как и другие средства выразительности они помогают выразить мысль наиболее интересным образом, привлекая внимание собеседника.

Метонимия (11) зачастую была представлена в трех видах: переход от абстрактного к конкретному, часть как целое, создатель и его продукт.

Сравнение (8), как оказалось, не столь популярно у молодежи среди других стилистических средств.

Справедливости ради следует отметить, что изредка встречались и другие средства выразительности: литота (5), антитеза (3), ирония (3), олицетворение (1). Результаты исследования свидетельствуют об экономии экспрессивных реакций у молодежи. По нашим наблюдениям, «выразительные свойства молодежного языка характеризуются своеобразной специфической экспрессии. В первую очередь, это максимальная лаконичность, стремление к краткости, минимум стандартности» [6, с. 91].

Рассматривая представленные семантические поля с точки зрения наличия иноязычной лексики, можно выделить следующие тенденции. В семантическом поле «Спорт», которое составляют 71 лексема, всего 5 слов являются прямым заимствованием из английского языка, 1 слово является гибридной формой, образованной путем словосложения.

В семантическом поле «Мода», которое составляют 89 лексем, количество англицизмов достигает 57, одно слово заимствовано из французского языка.

В семантическом поле «Еда», которое составляют 62 лексем, количество англицизмов достигает 27, 10 слов являются гибридными формами.

В семантическом поле «Интернет», которое составляют 106 лексем, количество англицизмов достигает 73, 11 слов являются гибридными формами, 2 слова (междометие и существительное) заимствованы из арабского языка.

В семантическом поле «Фильмы», которое составляют 117 лексем, количество англицизмов достигает 85.

В ходе рассмотрения путей словообразования молодежных сленгизмов была найдена некоторая закономерность. Молодежь имеет тенденцию отдавать предпочтение словообразовательным моделям слов и деривации. Благодаря словосложению можно быстро образовывать новые лексемы, составной частью которых преимущественно являются англицизмы. Аббревиатуры и усечения также часто встречаются в речи молодежи и направлены на экономию времени. В литературе уже отмечалось, что это обусловлено отсутствием «подходящих терминов, способных передать значение появляющихся слов, а объяснение понятия при помощи целого предложения или словосочетания затрудняет восприятие» [8, с. 29].

Другой особенностью молодежного сленга является то, что молодое поколение часто переносит метафорические образы на привычные вещи, благодаря чему происходит расширение семантического поля уже существующего слова. На втором месте среди средств выразительности находится гипербола. Эти лексические средства выразительности помогают придать экспрессивность высказываниям, а также более иронично относиться к различным жизненным обстоятельствам.

### Выводы

Молодежный сленг немецкой молодежи представляет собой нетрадиционный языковой стиль молодых людей с частично региональной и социальной дифференциацией, «формируя систему норм языковой личности» [3, с. 354]. Конкретная речь и орфография с «творческой» базовой функцией для профилирования языка и поиска идентичности создает оригинальный молодежный язык, который востребован будет всегда. Как свидетельствует фактический материал, молодежный сленг осмысливается через разноуровневые связи человека, претерпевая в процессе образования ряд всевозможных трансформаций, формируя «лингвокогнитивные паттерны, тесно связанные с фонологией, синтаксисом, или структурой фраз и предложений, которые коррелируют со сложной семантикой нагруженностью» [7, с. 125].

Сказанное позволяет утверждать, что семантические поля молодежных сленгизмов существуют в виде сложных системно организованных структур, границы которых довольно размыты. Семантика полей позволяет выделить прагматическую составляющую и зафиксировать общее и различное в выделенных полях, а также обозначить свое и чужое. Сказанное предопределяет базу для проведения последующих исследований сопоставительного плана с другими языковыми культурами.

### Список источников

1. *Апресян Ю.Д.* Избранные труды. Т. 1. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. М.: Языки русской культуры; Восточная литература РАН. 1995. 472 с.
2. *Викулова Л.Г., Кулагина О.А.* Национальная идентичность в контексте инаковости: языковая репрезентация оппозиции «свой» – «чужие» во французской литературе XX века (на материале сборника эссе Ф. Мориака «Чёрная тетрадь») // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2013. № 2(12). С. 33–42.
3. *Зубкова Я.В., Желтухина М.Р.* Структура коммуникативной реальности // Балтийский гуманитарный журнал. 2021. Т. 10. № 1(34). С. 352–354.
4. *Касумова Ю.М.* Молодежный сленг как компонент молодежного дискурса // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2019. № 7. С. 63–64.
5. *Оберемченко Е.Ю., Дунина А.А.* Молодежное аргю в функциональном и переводческом аспектах (на материале англоязычных и немецкоязычных форумов) // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 93. № 4. С. 73–79.
6. *Рябова М.Э.* Экспрессивность медийного языка молодежи в контексте перевода // Организационная психоллингвистика. 2022. № 3(19). С. 87–100.
7. *Титаренко С.А.* Лингвокогнитивные механизмы регуляции прагматического воздействия на перцепцию субстандартной лексики в процессе коммуникативного акта (на материале английского сленга) // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 90. № 1. С. 121–129.
8. *Шатилова Л.М., Горина А.Ю.* Использование англицизмов и аббревиатур тематической группы “Internet” в немецком языке (на материале журнала “Fluter”) // Язык, история, общество. Сборник научных тезисов и статей по материалам Международной научно-практической очно-заочной конференции, Орехово-Зуево, 29 июня 2022 года / Под ред. В.А. Чукшиса. Орехово-Зуево: Государственный гуманитарно-технологический университет, 2022. С. 29–33.

### References

1. *Aprasyan Y.D.* Selected works. Vol. 1. Lexical semantics. Synonymous means of language. M.: Languages of Russian culture; Oriental Literature RAS. 1995. 472 p.
2. *Vikulova L.G., Kulagina O.A.* National Identity in the Context of Otherness: Linguistic Representation of the Opposition "Own" – "Them" in French Literature of the 20th Century (Based on the Collection of Essays by F. Mauriac "The Black Notebook") // Bulletin of the Moscow State Pedagogical University. Series: Philology. Theory of language. Language education. 2013. No. 2(12). Pp. 33–42.

3. *Zubkova Y.V., Zheltukhina M.R.* The structure of communicative reality // *Baltic Humanitarian Journal*. 2021. Vol. 10. No. 1(34). Pp. 352–354.
4. *Kasumova Y.M.* Youth slang as a component of youth discourse // *Actual problems of the humanities and natural sciences*. 2019. No. 7. Pp. 63–64.
5. *Oberemchenko E.Y., Dunina A.A.* Youth Argo in Functional and Translation Aspects (Based on English and German Forums) // *Humanitarian and Social Sciences*. 2022. Vol. 93. No. 4. Pp. 73–79.
6. *Ryabova M.E.* Expressiveness of the media language of youth in the context of translation // *Organizational psycholinguistics*. 2022. No. 3(19). Pp. 87–100.
7. *Titarenko S.A.* Linguocognitive mechanisms of regulation of pragmatic influence on the perception of substandard vocabulary in the process of a communicative act (on the material of English slang) // *Humanitarian and social sciences*. 2022. Vol. 90. No. 1. Pp. 121–129.
8. *Shatilova L.M., Gorina A.Y.* The use of anglicisms and abbreviations of the thematic group "Internet" in German (on the material of the journal "Fluter") // *Language, history, society: Collection of scientific abstracts and articles based on materials of the International Scientific –practical part-time conference, Orekhovo-Zuyevo, June 29, 2022 / Edited by V.A. Chukshis. Orekhovo-Zuevo: State University for the Humanities and Technology, 2022. Pp. 29–33.*

*Статья поступила в редакцию 01.02.2023; одобрена после рецензирования 10.02.2023; принята к публикации 17.02.2023.*

*The article was submitted 01.02.2023; approved after reviewing 10.02.2023; accepted for publication 17.02.2023.*