

Частное образовательное учреждение  
высшего образования  
Институт иностранных языков

**Сравнительный анализ русского и американского сленга на лексическом  
уровне**

Михайлова Юлианна Павловна  
Выпускная квалификационная работа бакалавра

Научный руководитель  
Дашевская А.И.

Санкт-Петербург  
2021

## Содержание

Введение .....	2
Глава 1. Молодёжный сленг .....	5
1.1 Понятие «сленг» и история появления этого термина .....	5
1.2 Способы и источники образования молодёжного сленга .....	8
1.3 Функции молодёжного сленга .....	12
1.4 Эколингвистика .....	15
Выводы по 1 главе .....	17
Глава 2. Подробный анализ истории развития русского и американского сленга .....	19
2.1 История развития сленга в России и его влияние на современную российскую молодёжь .....	19
2.2 История развития сленга в США и его влияние на современную американскую молодёжь .....	32
Выводы по 2 главе .....	46
Глава 3. Сравнительный анализ русского и американского сленга .....	47
3.1 Сравнительный анализ истории развития русского и американского сленга .....	47
3.2 Сравнительный анализ словообразования русского и американского сленга .....	50
Вывод по 3 главе .....	57
Заключение .....	59
Список использованных источников .....	61

## Введение

Данная выпускная квалификационная работа посвящена сравнительному анализу русского и американского сленга на лексическом уровне.

Молодёжный сленг – особая форма языка, которую очень трудно изучать, так как данное явление является не устоявшимся во времени, подвижным и меняющимся.

Своё пристальное внимание отечественные и зарубежные лингвисты переключили на язык молодёжи относительно недавно. Это связано с фактами интенсивного проникновения и адаптации сленгизмов общенациональным языком. Раньше лингвисты считали, что сленг не так важен, как стандартный язык. Однако именно он отражает современную языковую картину мира и выступает транслятором той или иной лингвокультурной общности.

**Актуальность** данной работы заключается в том, что в настоящее время сленговый лексикон активно используется молодёжью, пополняется новыми словами и выражениями, а поскольку в лингвистике до сих пор не сформировался целостный, системный подход к изучению сленга, это направление для исследования на данный момент представляется наиболее перспективным.

**Новизна** данной работы определяется недостаточной изученностью русского и американского сленга современной молодёжи.

**Целью** данной работы является подробный сравнительный анализ русского и американского сленга на лексическом уровне. Для достижения цели работы были поставлены следующие **задачи**:

1. Дать определение понятия «сленг».
2. Рассмотреть способы и источники образования молодёжного сленга.
3. Рассмотреть основные функции употребления сленга.
4. Подробно изучить историю развития русского и американского молодёжного сленга.

5. На основании собранных материалов провести подробный сравнительный анализ русского и американского сленга на лексическом уровне.

**Объектом** исследования является русский и американский сленг.

**Предмет** исследования – особенности структуры сленгового лексикона, продуктивных словообразовательных средств, используемых для формирования русского и американского сленга, и других способов образования сленгизмов.

**Теоретическая база исследования.** Во время написания теоретической части были изучены труды следующих авторов: Андросова О.Е., Анищенко О.А., Иванова Г.Р., Маковский М.М., Никитина Т. Г., Хомяков В.А., Береговская Э.М., Лихачева Ж.В., Сизов С. Д. и некоторых других.

**Методы исследования.** В соответствии с поставленными задачами во время исследовательской работы были использованы следующие методы: анализ и синтез, метод сплошной выборки, лексикографический анализ основных понятий, сравнительно-сопоставительный анализ, описательный метод исследования.

**Практическая значимость** работы заключается в возможности её применения на уроках русского и английского языка и при написании учебных пособий.

**Теоретическая значимость** работы заключается в дальнейшем изучении современного русского и американского сленга.

**Структура работы:** Данная работа состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованных источников литературы.

Во введении определяются актуальность данной выпускной квалификационной работы, её цель, задачи, объект и предмет.

В первой главе исследуется понятие «сленг» и его явление. Также в этой главе рассматриваются история возникновения данного термина, способы и источники образования молодёжного сленга, функции молодёжного сленга и отношение современных лингвистов к сленгу так таковому.

Вторая глава посвящена истории, развитию, основным способам и источникам образования русского и американского сленга.

В третьей главе проводится сравнительный анализ русского американского сленга.

В заключении подводятся итоги по данному исследованию.

В список использованных источников литературы включены материалы, которые помогли при написании данной работы.

## Глава 1. Молодёжный сленг

### 1.1 Понятие «сленг» и история появления этого термина

С каждым годом сленг все больше начинает завоевывать внимание современной филологии. Долгое время филологи не могли дать точное определение этого термина.

В английском языке сленг появился в 1756 году со значением «особый язык бродяг и воров». Поэтому вплоть до начала 19 века его открыто критиковали. В 1801 году он стал обозначать «жаргон особой профессии» и лишь в 1818 году приобрёл значение «неформального языка, характеризующегося красочностью и новизной». В наши дни определение этого термина почти не изменилось. Многие лингвисты пришли к выводу, что сленг – это неформальный язык, включающий в себя новые и иногда грубые слова или словосочетания, часто используемый определенной группой людей и, как правило, не употребляемый в деловой речи.

Что же касается происхождения данного термина, то одним из наиболее ранних толкователей этимологии слова «slang» был первый составитель фундаментального словаря английского сленга Дж. К. Хоттен [29]. Он считал, что это слово происходит от цыганского «slang», означающего «тайный язык».

Английские лексикологи Г. Уайлд и Э. Уикли указывают на скандинавское происхождение слова «slang». Они утверждали, что слово имеет общее происхождение с норвежскими *slenja-ord* - «новое сленговое слово», *slenja-namm* - «прозвище» и *slenja-kjeften* в значении «ругать, оскорблять кого-либо». В английском языке также существует аналогичная идиома с таким же значением «to sling the jaw», которая на данный момент является уже устаревшей. Следует отметить, что Оксфордский словарь отрицает норвежское происхождение слова «slang» [16].

Немецкие лингвисты О. Риттер и К. Вестендопф считают, что слово «slang» возникло в результате агглютинации первой части слова «language» с суффиксом «-s'» в выражениях «thieves' language», «gypsies' language» [16].

Однако всё это только предположения, и до сих пор нет единого мнения насчёт происхождения данного термина.

Тем не менее известно, что в русский язык слово «сленг» пришло из английского. Долгое время отечественные языковеды не могли дать точное определение иноязычному термину, поэтому многие путали его с жаргоном и арго. Само понятие «сленг» вошло в русский лингвистический оборот в 1960-е годы 20 века. Это было связано с усилением популярности английского языка среди русской молодежи, которая начала употреблять англицизмы в своей речи, пытаясь подражать Западу. Проблемой определения сленга занимались такие филологи, как Анищенко О. А., Гальперин И.Р., Хомяков В.А. Многие отечественные исследователи пришли к выводу, что сленг является наиболее значимым, так как широко используется в речи большого количества носителей русского языка, являющихся активной частью населения страны. Поэтому он является важным предметом для изучения.

В наши дни данный пласт лексики изучает социолингвистика. Социальная лингвистика – научная дисциплина, развивающаяся «на стыке языкознания, социологии, социальной психологии и этнографии и изучающая широкий комплекс проблем, связанных с социальной природой языка, его общественными функциями, механизмом воздействия социальных факторов на язык и той ролью, которую играет язык в жизни общества» [26].

Известно, что сленг входит в языковую систему, которая подразделяется на социолекты. Социолекты – это языки определённых социальных групп, отличающиеся от общенародного языка преимущественно лексикой, фразеологией и семантическими доминантами [6]. Сленг, как и арго, и жаргон – это разновидности социолекта, для которого характерна устная речь. Специфика каждого из этих языковых образований может быть обусловлена профессиональной обособленностью тех или иных групп либо их социальной ограниченностью от остального общества [20].

Арго – это искусственный язык каких-либо социально замкнутых групп. У него есть своя специфическая лексика, но нет собственной грамматической и

фонетической системы. Неформальные сообщества используют арго в практических интересах, и он состоит из непонятных для непосвящённых людей слов, поэтому язык называют секретным. В основном на нём говорят заключённые или наркоманы. Благодаря арго они скрывают групповые тайны от органов власти и добропорядочных граждан. Например, в английской тюрьме доносчиков называют «snitch», а в русской - «стукачом».

Жаргон – язык, используемый преимущественно в устном общении людьми одной профессии, одного возраста, социального положения, объединёнными общими интересами. Бывает и так, что его лексика относится к нескольким социальным группам, например, такие слова как «крутой» - cool или «чувак» - dude понятны многим. Главное различие между арго и жаргоном в том, что первый язык служит для того, чтобы замаскировать содержание коммуникации, а другой, наоборот, включает в себя в основном слова, понятные для многих социальных групп.

Сленг – «интер жаргон» или «общий жаргон», характеризующийся красочностью и новизной, он переосмысляет значение уже существующих слов и генерирует новые слова для обозначения не существовавших ранее понятий. В основном на нем говорит молодёжь. Раньше считалось, что сленг является языком представителей «низких» классов общества. На самом деле, на нём говорят как образованные, так и необразованные люди. Благодаря сленгу молодёжь демонстрирует остроты своего ума и пытается избежать повседневной банальности употребления слов литературного языка. Более того он активно используются не только в свободном общении, но и в художественных текстах, и в средствах массовой коммуникации.

Сленг часто путают с жаргоном и арго, так как у них нет резких границ; более того, сленг черпает речевой материал из этих двух социолектов, он тоже отличается социальной ограниченностью, но не групповой, а интегрированной.

Есть несколько причин, почему молодёжь использует в своей речи сленгизмы, то есть сленговые слова. Во-первых, сленг служит для передачи эмоций и характеризуется определённой фамильярной окраской. Благодаря

этому языку молодёжь может ярче и эмоциональнее выразить своё отношение к описываемому предмету или событию и дать свою оценку происходящему. Ещё одна отличительная черта сленга в том, что он обладает иронической, а иногда и грубо-фамильярной окраской. Молодёжь использует «острые» словечки из сленга для того, чтобы выплеснуть накопившиеся отрицательные эмоции. Однако представители старшего поколения не одобряют такой способ психологической разгрузки. Также молодёжь использует сленгизмы для конспирации, что является отличительной чертой аргоса. Некоторые чувствуют себя более самостоятельными, «защищёнными», когда говорят на сленге. Поэтому язык молодёжи не всегда понятен старшему поколению.

## **1.2 Способы и источники образования молодёжного сленга**

Существует шесть способов пополнения сленговой лексики [4]:

### **1. Аффиксация и префиксация.**

Это один из самых распространённых способов пополнения сленговой лексики в русском языке. Чаще всего в сленге аффиксацию используют для того, чтобы образовать имя существительное. Например, с такими суффиксами, как -ух- (степуха, житуха), -ота (алкота, первота), -щик (халявщик), -ник (улыбальник), -ач (жесткач), -лово (кидалово), -он (причесон, прикидон), -ос (неадекватос). Также в молодёжном языке аффиксация играет немаловажную роль для образования имён прилагательных. Например, такие суффиксы как -ов, -н-, -ск- (чума - чумовой, жлоб - жлобский).

Префиксацию в основном используют для образования глагола. Например, при помощи таких приставок как с- (слинять, свалить - уйти, уехать) или от- (отвалить, откатиться, отгрести - отойти).

### **2. Метафоризация.**

При метафоризации общепринятые слова используются в переносном смысле, осуществлённом на основе ассоциативных связей по сходству предметов по внешнему виду, по местоположению, по производимому впечатлению, по функции. Например, перенос с животных на человека (харя -

лицо), с предмета на человека (пончик - полная женщина) или с физического мира на психологический (ерунда, чепуха - дебилизм).

### 3. Усечение.

Таким способом пользуются для экономии времени при написании сообщения или речевых усилий при разговоре. Благодаря ему появляются наименования разного рода. Например, такие, как «шиза» - шизофрения, «физра» - физкультура, «нал» - наличные деньги. Как правило, сокращают сложные слова или даже целые словосочетания.

### 4. Сложение корней.

Образуется путём слияния двух корней при помощи соединительной гласной. Например, «гопостайл» - спортивный стиль одежды людей с низким социальным статусом. Реже происходит сложение целых слов при помощи дефисного написания: «грусть-печаль-тоска-котят» - выражение уныния, переживания.

### 5. Аббревиация.

При этом способе сленгизмы образуются путём сложения усечённых отрезков или усечённых отрезков и целых слов исходного словосочетания. Например, «тервер» - теория вероятности или «вычмат» - вычислительная математика.

### 6. Игра слов и звуков.

Слова образуются путём добавления ироничного оттенка благодаря пародии на заимствованное слово или его намеренному искажению, но при этом основное значение языка-источника остаётся прежним. К такому виду источника относится фонетическое сходство слов с именами собственными или экспрессивными словами, которые легко запомнить. Например, «аська» - ICQ, «клава» - клавиатура. Или же сходство в звучании и частичное функциональное сходство: «мерин» - мерседес.

Сленговая лексика пополняется благодаря двум главным источникам - внутренним заимствованиям (из других подязыков, региональных или социальных диалектов) или внешним (из других языков).

Как показывает исследование, внешних заимствований в молодёжном сленге больше, чем внутренних. Многие сленгизмы заимствованы из английского, но есть немало популярных слов из других языков: из немецкого - «аллес» (alles - всё, конец); из итальянского - «чао» (ciao - пока); из испанского - «амиго» (amigo - друг).

Тем не менее, в наши дни именно английский язык является самым модным и самым перспективным для изучения. По этой причине многие молодёжные сленгизмы - это слова, которые произошли из английского языка, но так и не переведены на русский язык. Более того, некоторые сленгизмы настолько влились в современную речь, что их даже понимают люди, которые никогда в своей жизни не учили английский язык. Уже давно всем знакомы такие слова и выражения, как «фифти-фифти» (fifty-fifty) - 50 на 50; «респект» (respect) - уважение; «лузер» (loser) - неудачник; «лав стори» (love story) - любовная история.

При внешнем заимствовании слова остаются в исходном виде, но изменения могут быть фонетические, словообразовательные и семантические [12]:

1. Фонетические заимствования (транскрипция) – представляет собой воплощение звукового образа слова в письме, письменное воспроизведение слов и текстов с учётом их произношения средствами определённой графической системы, реализуется в письменной речи. Например, «апгрейд» (upgrade) - обновление, «пати» (party) - вечеринка.

2. Словообразовательные заимствования (словообразование) – прибавление к заимствованной основе слова различных формальных средств по существующим в языке образцам и моделям. Например, «лайкнуть» (like - нравится) - одобрить какое-либо действие, фотографию или публикацию в социальных сетях, нажав на соответствующую кнопку или «гуглить» - находить информацию при помощи поисковой системы «Google».

3. Семантические заимствования (транслитерация) – замена букв алфавита другого языка, в отличие от транскрипции передаёт не звучание, а

написание слова, и часто осуществляется только при помощи букв алфавита того языка, который является принимающей стороной термина или заимствованного слова. Например, «респект» (respect) - уважение, «батл» (battle) - битва.

Внутренние заимствования происходят из многих жаргонов и аргю. Процесс перехода лексической и фразеологической единицы сопровождается рядом существенных изменений. В первую очередь это утрата части семем исходной лексемы. То есть для молодёжного сленга важно лишь отдельное значение слова. Например, в аргю в слове «маза» больше число семем, чем в молодёжном сленге. В тюремном языке это означает спор, возможность, ставка в игре, идея, мысль, а в молодёжном - только хорошая идея. Однако бывает и так, что в процессе перехода словесных единиц происходит расширение состава семем. Например, в аргю слово «колбасить» имеет значение получать удовольствие от чего-либо, а в сленге - развлекаться, танцевать, переживать [9].

Наличие в молодёжном языке заимствований из жаргона наркоманов объясняется тем, что в современном мире к наркотикам приобщаются не только подростки и молодые люди из бедных семей, но и из обеспеченных. И тем, и другим не хватает новых ощущений, или они просто хотят попробовать что-то новое. Так постепенно некоторые слова этого жаргона перешли в молодёжный сленг. Лексикон наркоманов очень узок, в него входят только названия предметов и ситуаций, которые важны для этого микросоциума. В молодёжном сленге эти слова приобретают более широкое значение благодаря метафоризации. Например, названия наркотиков, манипуляции с ними, ощущения, связанные с состоянием наркотического опьянения. Сленг придает им более общее значение, в основном заимствуя слова, которые выражают чувства и состояния. В молодёжной речи используются не только готовые языковые единицы жаргона наркоманов, но и создаются на его основе новые слова. Так, из жаргона наркоманов происходит слово «грузить» - в состоянии наркотического опьянения упорно и напористо высказывать свои мысли, навязываясь слушателю, но при этом то же самое слово в сленге имеет совершенно другое значение. В нем «грузить» - это напористо высказываться на

тему, не интересующую слушателя, который тяготится разговором. После чего появились такие слова, как «груз» - тягостная речь, которую приходится выслушивать и «грузило», «грузчик» - человек, который постоянно навязывается с долгими неприятными разговорами, обычно о своих проблемах [19].

### **1.3 Функции молодёжного сленга**

За всё время существования сленга было проведено множество исследований в сфере его функционирования. Свой интерес в изучении данного феномена проявляли и отечественные, и зарубежные лингвисты и филологи, такие как Мерля П., Сурдо М., Иванова Н.С., Орлова Н.О., Виноградова А.В.. Однако классификации Андросовой О.Е. и Ивановой Г.Р. в полном объёме описывают всю функциональную нагрузку сленга.

Андросова О.Е. утверждает, что определение функций молодёжного языка основывается на семантическом анализе слов и выражений [1]. В своей работе она выделяет шесть функций сленга:

#### **1. Коммуникативная функция.**

Самая главная функция молодёжного сленга – коммуникативная. Люди используют этот язык прежде всего для передачи информации друг другу. Андросова О.Е. и многие другие лингвисты и филологи считают, что коммуникативная и номинативная функции сленга тесно взаимосвязаны. Это язык внутригруппового молодёжного общения и номинативные единицы, не имеющие эквивалентность в литературном языке, обладают коммуникативной значимостью, потому что они упрощают, а иногда даже определяют процесс коммуникации.

#### **2. Функция идентификации.**

Благодаря сленгу молодёжь причисляет себя к определённой группе, которая позволяет своим членам почувствовать себя сплочённое, даёт яркое переживание единства, взаимопонимания. Часто выбор лексики падает на слова и выражения, перешедшие в сленг из жаргона

#### **3. Эмоционально-экспрессивная функция.**

С помощью сленга можно наиболее чётко и полно выразить свои чувства и эмоции, но иногда сложно установить их позитивный или негативный смысл. На письме всё зависит только от контекста. При разговоре благодаря интонации, мимики и жестике говорящего слушатель может распознать эмоциональную окраску сказанного. Например, слово «зашибись» или выражение «меня прёт» имеют и позитивный и негативный смысл.

#### 4. Оценочная функция.

Молодёжный сленг помогает выразить отношение говорящего к человеку, предмету или явлениям действительности. При этом оценка может быть как общеположительной (клёвый чел), так и общеотрицательной (лузер).

#### 5. Творческая функция.

Главная особенность молодёжного сленга заключается в оригинальности, новизне, краткости, образности и остроумии. Ему присуща некоторая художественность, красота и изысканность. Можно свободно утверждать, что он является аналогом творческой деятельности. Так сленг помогает выразить то, чему в литературном языке нет подходящего эквивалента, либо он представлен в развёрнутой и длинной формулировке. Например, «схалявить» - пропустить занятие или делать что-либо кое-как, небрежно.

#### 6. Манипулятивная функция.

Сленг помогает оказывать сильное влияние на собеседника. В основном эта функция проявляется в императивных выражениях. Например, «Забей!» - забудь, не обращай внимания; «Отвянь!» - не мешай; так говорящий в грубой форме показывает своё нежелание говорить с собеседником.

В свою очередь Иванова Г.Р. выделяет семь функций сленга [8]:

#### 1. Коммуникативная.

Иванова Г.Р. также считает, что коммуникативная функция является значимой в сленге, и как многие другие лингвисты и филологи считают, что коммуникативная и номинативная функции сленга тесно взаимосвязаны. Она объясняет это тем, что наименования в сленге и языке появляются вследствие коммуникативных потребностей говорящего. Номинативные единицы, не

имеющие эквивалента в литературном языке, несомненно, обладают высокой коммуникативной значимостью, так как они упрощают, а порой определяют процесс коммуникации.

## 2. Когнитивная.

Лексические единицы когнитивно значимы, потому что они входят в языковую картину мира в качестве уникальных элементов. Так многие наименования несут в себе дополнительную информацию, отсутствующую в стандартных обозначениях литературного языка, и посредством этого репрезентируют дополнительные знания об окружающем мире.

## 3. Номинативная.

Благодаря техническому прогрессу, процессу компьютеризации и моде появляется всё больше новых сленговых слов, которым нет эквивалента в литературном языке.

## 4. Эмоционально-оценочная.

Сленг всегда выражает определённое отношение к чему-либо. Оно может быть нейтральным, положительным, высокомерным или пренебрежительным.

## 5. Экспрессивная.

Многие учёные указывают на тот факт, что эмоционально-оценочная функция переплетается с экспрессивной функцией сленга. Это связано с тем, что люди, которые используют в своей речи сленг, стремятся к образному выражению своих мыслей, к передаче своего отношения к окружающему миру, событиям, происходящим в нём, к их оценке. Иванова Г.Р. в своей работе утверждает, что экспрессивная функция доминирует над номинативной.

## 6. Мировоззренческая.

Сленг не только показывает принадлежность человека к той или иной группе, но и его взгляды на жизнь.

## 7. Функция экономии времени.

Эта функция связана с тем, что сленг помогает экономить время и место – пространство написания.

Проанализировав функции молодёжного сленга, составленные Андросовой О.Е и Ивановой Г.Р., можно сделать вывод о том, что все они тесно взаимосвязаны друг с другом, и наиболее важными из них являются коммуникативные и экспрессивные. Прежде всего сленг употребляется молодёжью в устной речи. В нём самое главное - установить контакт со сверстниками. Одновременно с этим сленг - это эмоционально окрашенная лексика. Ему присуща некоторая художественность, красота и изысканность. Эмоциональная окраска многих слов и выражений сленга отличается большим разнообразием оттенков, начиная от шуточной и иронической, и заканчивая грубой и иногда даже вульгарной.

#### **1.4 Эколингвистика**

Эколингвистика – отрасль языкознания, которая изучает факторы, негативно влияющие на развитие и использование языка, и ищет новые пути и способы его обогащения и совершенствования практики речевого общения. Она тесно связана с такими разделами лингвистики, как социоллингвистика, этнолингвистика, теория культуры речи, история языка и взаимодействует с рядом других гуманитарных дисциплин (этнопсихологией, социопсихологией, историей данного народа, историей его культуры) [23].

Многие считают, что именно молодёжный сленг является главной лингвокультурологической проблемой 21 века, так как он засоряет язык и наносит ему непоправимый ущерб. Лингвисты, наоборот, утверждают, что молодёжный сленг обогащает речь благодаря своему многообразию, сложности в структурном отношении и богатству словообразовательных форм. Правильное употребление сленговых фраз не представляет никакой угрозы для культуры языка. Человек должен просто понимать, когда можно использовать молодёжные слова, а когда не стоит. Следует отметить то, что проникновение сленга в художественную литературу неизбежно, но при этом не представляет никакой угрозы, если его использование обусловлено необходимостью. Например, для передачи речи подростков.

Исследования показывают, что молодёжные слова и выражения могут переходить и в общеупотребительную речь. Например, не все знают, что такое слово, как «острить» (шутить) раньше было сленгизмом. Изменения в языке - это естественный процесс. Время идёт, а вместе с ним меняется и язык. Он является формой отражения окружающей человека действительности.

## Выводы по 1 главе

Многие лингвисты пришли к выводу, что сленг – это неформальный язык, включающий в себя новые и иногда грубые слова или словосочетания, часто используемый определенной группой людей и, как правило, не употребляемый в деловой речи. Однако до сих пор нет единого мнения насчёт происхождения данного термина.

В английском языке сленг появился в 1756 году со значением «особый язык бродяг и воров».

В русский язык слово «сленг» пришло из английского. Долгое время отечественные языковеды не могли дать точное определение иноязычному термину. Понятие «сленг» вошло в русский лингвистический оборот в 1960-е годы 20 века, несмотря на то, что сами сленгизмы русская молодёжь начала активно использовать задолго до этого.

В русском языке сленг часто путают с жаргоном и арго, так как у них нет резких границ, более того, сленг черпает речевой материал из этих двух социалектов, он тоже отличается социальной ограниченностью, но не групповой, а интегрированной.

В основном молодёжь использует в своей речи сленгизмы для передачи эмоций. Благодаря сленгу молодые люди могут ярче и эмоциональнее выразить своё отношение к описываемому предмету или событию и дать свою оценку происходящему. Также молодёжь использует сленгизмы для конспирации, что является отличительной чертой арго. Некоторые чувствуют себя более самостоятельными, «защищёнными», когда говорят на сленге. Поэтому язык молодёжи не всегда понятен старшему поколению.

Сленговая лексика пополняется благодаря двум главным источникам - внутренним заимствованиям (из других подязыков, региональных или социальных диалектов) или внешним (из других языков).

За всё время существования сленга было проведено множество исследований в сфере его функционирования. Свой интерес в изучении данного феномена проявляли и отечественные, и зарубежные лингвисты и филологи.

Проанализировав две работы Андросовой О.Е и Ивановой Г.Р. о функциях молодёжного сленга, можно сделать вывод о том, что наиболее важными функциями являются коммуникативные и экспрессивные. Прежде всего, сленг употребляется молодёжью в устной речи. В нём самое главное - установить контакт со сверстниками. Одновременно с этим сленг – это эмоционально окрашенная лексика. Ему присуща некоторая художественность, красота и изысканность.

В наши дни к сленгу молодёжи относятся по-разному. Кто-то считает, что сленг является главной лингвокультурологической проблемой 21 века, а другие утверждают, что он, наоборот, обогащает речь. Тем не менее, в основном лингвисты говорят, что правильное употребление сленговых фраз не представляет никакой угрозы для культуры языка. Человек должен просто понимать, когда можно использовать молодёжные слова, а когда не стоит.

## **Глава 2. Подробный анализ истории развития русского и американского сленга**

### **2.1 История развития сленга в России и его влияние на современную российскую молодёжь**

Появление отечественного сленга связано с открытием в 1802 году императорского Дерптского университета. В этом учебном заведении преподавание велось на немецком, а студенты были уроженцами России и Германии, поэтому формирование языка молодёжи тех лет проходило под влиянием немецкого языка. В студенческой речи можно было услышать такие слова, как «бунш» - студент, «фукс» - студент первого семестра, «бранд-фукс» - студент второго семестра или «коммерш» - пирушка в университете [3].

Также на развитие сленга повлияли ученики духовной семинарии «Бурса». В 1863 году вышла книга русского писателя Н.Г. Помяловского «Очерки бурсы», в которой представлены быт и нравы школяров-бурсаков. Автор провёл своё детство в этом учебном заведении, поэтому он смог подробно описать их жизнь. Бурса была закрытой духовной семинарией, в которой обучались только мальчики с восьми до семнадцати лет. Эта изолированность значительно повлияла на их характер, привычки, игры, шутки и язык. У бурсаков появился свой собственный язык, который понимали только они. В книге «Очерки бурсы» Н.Г. Помяловский собрал множества слов и фраз, которыми в детстве пользовался он и его сверстники, например, связанные с учебной деятельностью: «спалиться» - не сдать экзамен, «долбёжка» - механическое заучивание, «промокашка» - школьница, «сторож» - ученик, который должен предупредить о появлении воспитателя. У бурсаков был целый ряд синонимов для обозначения педагогов: «зверь», «лукавый царедворец», «амфибия», «классуха» (такой сленгизм использовали и современные школьники с первого десятилетия и вплоть до второго десятилетия 21 века). В своей речи школьники использовали и устойчивые словосочетания: «запалить дубину» - поставить двойку, «жать масло» - издеваться над новым учеником, «ни в зуб толкнуть» - не выучить уроки, «дать грушу» - больно ударить большим пальцем по макушке и

так далее. Также в Бурсе процветало воровство, и это явно прослеживается в диалогах бурсаков: «Семёнов не стал более разговаривать... Он вспомнил, что у него в парте есть горбушка с кашей. Семёнов хотел позавтракать, но горбушки не оказалось. Раздражённый постоянными столкновениями с товарищами, он обратился к ним со словами:

- Господа, это подло наконец!
- Что такое?
- Кто взял горбушку?
- С кашей? – ответили ему насмешливо.
- Стибрили?
- Сбондили?
- Сляпсили?
- Спёрли?
- Лафа, брат!

Все эти слова в переводе с бурсацкого на человеческий язык означали: украли, а лафа - лихо [17].

Второй этап в развитии сленга наступил в начале 20 века. Теперь молодёжные жаргоны вышли за рамки породивших их социальных групп. На смену языка учащихся закрытых духовных семинарий и гимназий приходит более открытый, готовый к восприятию всего необычного - язык фабрично-заводской молодёжи и учащихся школ первой и второй ступени [22].

После революции и Гражданской войны появилась армия беспризорных. Эта группа людей значительно повлияла на сленг, окрасив его словами из аргю. В своей статье «О культуре языка и речи молодёжи (20-ые годы)» советский лингвист С.А. Копорский писал об этом явлении так: «В последние годы слова из воровского лексикона получили широкое распространение среди школьников, которые используют их на улице, и в школе, в устной и письменной речи, и в домашней обстановке. Миграция жаргонизмов в язык школьников происходит легко: например, через беспризорников, которые имеют непосредственные контакты с воровской средой и несут эти слова в школу.

Большую роль в распространении «блатной музыки» играют улица, базар, развлекательные учреждения, как, например, кинематограф, где встречаются люди разных слоёв общества» [11].

Ещё до появления беспризорников в сленге школьников были воровские слова, но после революции и Гражданской войны их стало больше. Вокабуляр школьников пополнился такими словами и фразами, как «слизать» - списать у кого-либо сочинение или решение задачи. У воров это обозначало почти то же самое - сделать то, что делают другие, чтобы обмануть. И преступники, и школьники заключали незаконные сделки - «аферы». Если что-то шло не по плану или, как раньше говорили, не по «фидуции», то они влезали в драку либо «чесали», то есть бежали. В сленге учащихся появилось такое слово, как «шпана», так называли беспризорников, воров и хулиганов. Также школьники стали говорить «кулей» вместо «товарищ» и «штрам кулей» вместо «хороший товарищ» [4].

Третий этап развития сленга датируется 50-ми годами, когда на улицы и танцплощадки городов вышли «стиляги» после «Фестиваля молодёжи и студентов», прошедшего в Москве. На развитие языка молодёжи повлияли заимствования из английского языка, а многие воровские жаргонизмы постепенно ушли из лексикона подрастающего поколения.

Стиляги – молодёжная субкультура, получившая распространение в крупных советских городах с конца 1940-х по начало 1960-х годов, имевшая в качестве эталона преимущественно американский образ жизни. Поэтому стилиг также называли «штатниками» (от «Соединённые Штаты»). Им был присущ повышенный интерес к яркой одежде, музыке и танцам из-за рубежа [5].

Само слово «стиляги» пришло из жаргона ресторанных музыкантов, у которых «стилять» (помесь двух англицизмов: steal - воровать и style - стиль) означало играть в чужой, заимствованной манере.

Стиляг отличала нарочитая аполитичность, определённый цинизм в суждениях, отрицательное или безразличное отношение к некоторым нормам советской морали. Эта субкультура явилась своеобразным стихийным протестом

против того, что им навязывало старшее поколение. Долгое время в советской прессе их именовали как молодых людей, следовавших моде и уличаемых в аморальном образе жизни. Журналисты не только хотели высмеять и выявить низменную сущность стилияг, но и показать их в качестве потенциальных врагов Советской Власти. Что же касается последнего, то на это были уважительные причины. Из-за повышенного интереса к западноевропейской и американской поп-культуре общество в действительности подозревало их в измене родине. Однако это только способствовало дальнейшей популяризации данного течения. В целом сама субкультура стилияг распространялась по стране медленно, поэтому и официальное обличение стилияг, и их осуждение обществом продолжалось с большим запозданием. Тем не менее уже к началу 1960-ых она постепенно сошла на нет. Представители этой субкультуры уже повзрослели, а новое поколение интересовалось другими течениями. В те годы на пике популярности были хиппи.

В 1980-ых у молодёжи вновь возник интерес к субкультуре стилияг. В это время появилась мода на ретро. Стиль «стиляжного» прошлого можно проследить в песнях многих популярных групп тех лет. Например, такие, как «Секрет», «Браво», «Кино». Для многих это была нежная ностальгия по давно ушедшим «старым добрым временам».

Интерес ко всему зарубежному повлиял и на сленг русской молодёжи. Он складывался из внешних заимствований, переименованных на русский лад. Иногда молодые люди даже меняли свои имена на созвучные им иностранные.

Многие стилияги были большими поклонниками джаза, который завезли в СССР сразу после Второй Мировой войны. Поэтому некоторые сленгизмы русской молодёжи были заимствованы из музыкального жаргона. Например, в СССР «чучей» называли песню «Chattanooga Choo Choo» («Поезд на Чаттанугу») из фильма «Серенада солнечной долины». Из-за дефицита грампластинки с модными джаз-исполнителями были редкостью. Поэтому музыку записывали на рентгеновских снимках. Со временем стилияги начали называть такие «пластинки» «рок на костях» или «скелет моей бабушки». Такое название

появилось благодаря метафоризации. Музыка была записана на рентгеновских снимках черепов, грудных клеток и других частей тела из поликлиник и больниц. Такие «пластинки» были намного дешевле настоящих. Несмотря на плохое качество, они пользовались огромной популярностью.

Тем не менее, в сленге молодёжи тех лет было много внешних заимствований. Такие атрибуты одежды, как пиджак, галстук, брюки, плащ, шляпа, ботинки на высокой подошве теперь называли джакеток, таек, траузеры, тренкот, хэток, шузы. Одежду стилиг специально шили в ателье или её привозили нелегально из-за рубежа фарцовщики - скупщики валюты и вещей у иностранцев для перепродажи. Почти все названия ходовых товаров этого подпольного бизнеса были заимствованы из английского языка. Это были не только предметы одежды. Например, многие называли жевательную резинку «бэбл-гам» (bubble-gum), а пластинку - «рекорд» (record).

Для того, чтобы показать обновки, молодёжь тех лет ходила на Бродвей. Бродвеем - или Бродом - называли место в центре города, где обычно гуляли и развлекались стилиги. Само название появилось благодаря одноименной улице в Нью-Йорке. Из-за большого количества увеселительных заведений там часто собиралась американская молодёжь. В каждом крупном городе СССР был свой собственный Бродвей. В Москве - часть улицы Горького (ныне - Тверская) от Пушкинской площади до Манежной, в Ленинграде (ныне - Санкт-Петербург) - Невский проспект от площади Восстания до Лиговского проспекта, в Баку - улица Торговая, в Ташкенте - улица Карла Маркса (ныне - Сайёлгох). И в каждом таком городе был свой маленький кусочек Запада в виде увеселительного заведения. Потом даже появилось такое выражение «кинуть брэк», то есть пройтись с целью «людей посмотреть – себя показать». Как правило, звучало, как «кинуть брэк по Броду». Такое название вошло в моду в 1960-х, однако в обиходе пробыло недолго и вскоре было заменено на слово «стрит». Это была опциональная замена для всем известного и понятного слова «улица». Также активно в обиходе использовалось прилагательное «стритовый». Если замышляли «стритовую вечеринку», то это однозначно было мероприятие,

которое стоило бы посетить, чтобы покрасоваться перед своими сверстниками. Конечно, такие вечера не обходились без танцев. Для этого даже был придуман такой глагол, как «стилять» - танцевать «стилем», то есть имитируя «импортные» танцы или просто придумывая движения.

Однако иногда такие вечеринки выходили из-под контроля, и для этого вызывали милицию, но в те годы молодёжь называла их просто «полис» (police - полиция).

Некоторые слова и выражения из сленга стилига до сих пор использует современная молодёжь. Например, такие, как «мани» (money - деньги) или «фейс» (face - лицо). Однако есть и такие слова и фразы, которые вышли из повседневного лексикона. Например, «дринчить до крейзы» - напиваться до беспамятства.

Четвёртый этап в развитии отечественного сленга связан с эпохой важных событий, которые повлияли на дальнейшую судьбу страны. С застоём, когда душливая атмосфера общественной жизни 70-80-х породила разные неформальные молодёжные движения и «хиппующие» молодые люди создали свой «системный» сленг как языковой жест противостояния официальной идеологии, и с крушением советского строя и началом активных контактов с Западом, в нашей жизни стали появляться новые реалии. И в эти периоды вновь немалую роль в развитии сленга сыграло внешнее заимствование.

В 70-х годах русская молодёжь часто встречалась на камерных концертах, которые многие называли «сейшн» (session - собрание). Проходили они обычно в квартирах или в клубах. Всё началось с хиппи, которые устраивали любительские подпольные рок-концерты; позже их стали называть «квартирниками». Друзей на таких мероприятиях называли «пипл» (people - люди). В 70-х годах появилось такое слово в сленге, как «гёрл» (girl - девочка). Так бескультурные молодые люди называли девушек. В наши дни этот сленгизм можно приравнять к словам «киска» или «тёлка».

Молодёжь тех лет также уделяла большое внимание имиджу, как и стилиги. Так, например, не каждая причёска могла называться «хаером» (hair -

волосы). Волосы в верхней части головы, ближе ко лбу, должны были быть длинными и отросшими. «Попилить хаер» значило обрезать эти самые отросшие волосы. Тогда это часто делала милиция при задержании.

Сразу после распада Советского Союза страна начала переживать серьёзный экономический кризис. Два дефолта, потрясшие страну в начале 90-х, привели к тому, что сбережения у большинства граждан навсегда пропали, а экономика государства оказалась в критическом положении. Эти события привели к увеличению уровня безработицы. Многим жителям страны в 90-ые пришлось столкнуться с расцветом бандитизма и коррупции. Поэтому в эти годы арго сильно повлиял на молодёжный сленг. Появились такие слова и фразы, как «стрелка» - встреча для выяснения отношений (отсюда и образовалось выражение «забить стрелку» - договориться насчёт встречи для выяснения отношений) или «капуста» - деньги.

После того, как опустили «железный занавес», люди начали активно налаживать контакты с Западом. Завезли новые зарубежные товары, иностранные фильмы и музыку, которые были запрещены в СССР. Такие изменения вызвали большую волну иноязычных заимствований. В основном это были заимствования из английского языка. Например, теперь молодёжь говорит «окей» (okay) вместо «да», «лузер» (loser) вместо «неудачник» или «випарь» (VIP - Very Important Person) вместо «особо важная персона».

Сейчас иностранные заимствования, усечение и аббревиация, полисемия и метафоризация являются самыми распространёнными способами образования новых русских сленгизмов.

Тенденция с экономией времени не теряет свою популярность. Молодым людям важно выражать свои мысли при минимальной затрате речевых средств. В этом им помогают усечение и аббревиатура. Теперь молодёжь говорит «нал» вместо «наличные деньги», «препод» вместо «преподаватель» и «магазин» вместо «магазин». Такие поздравления, как «С Новым Годом!» или «С Днём Рождения!» благодаря аббревиации сократились до «С НГ!» или «С ДР».

Также сейчас немаловажную роль в образовании русских сленгизмов играет полисемия. Например, «баяном» называют музыкальный инструмент, но в сленге это - устаревшая шутка, а «прикол» в молодёжном языке обозначает что-то весёлое, а не сваю, вбитую в землю.

Такие фразы, как «ты просто космос» («космос» - одобрительная оценка чего-либо) или «следи за базаром» (базар - разговор, беседа) появились благодаря метафоризации. Молодёжь до сих пор использует переносные значения в сленге.

Однако сейчас самый популярный способ образования сленгизмов в русском языке - иноязычные заимствования. Молодёжь до сих пор тянется к Западу. Всё, что там было популярно несколько лет назад или популярно сейчас, становится трендом и в России. Так произошло и в шестидесятые с появлением хиппи, и в девяностые с падением «железного занавеса». Такая мода на Запад значительно влияет на сленг российской молодёжи.

В первую очередь, это появление компьютерной техники и IT-технологий. К началу 2000-ых почти у каждого молодого человека был свой персональный компьютер. Так постепенно в сленге российской молодёжи появились такие слова, как «коннектиться» (connect) - подключиться или «юзер» (user - пользователь) - рядовой пользователь компьютера. Позже в сленге появился глагол «юзать» (to use - использовать). Употребляют его, в основном, когда говорят о пользовании различными мобильными устройствами, не только компьютером. Слово «копипастить» - копировать какую-либо информацию без изменения. Оно образовалось путем слияния двух слов сору (копировать) и paste (вставлять).

Некоторые сленгизмы, связанные с компьютерными играми, появились в русском языке не так давно. Тех, кто в них играют, называют «геймерами» (game - игра), а сам процесс - «гамать», то есть играть. Не обошлось и без мошенников. В лексиконе молодёжи появился сленгизм «читер» (cheater - жулик), то есть те, кто мухлюет, играет не по правилам.

В сленге имеются и видовые наименования, например, такие, как «думер» - поклонник игры «Doom» или «контра», которое является сокращением названия игры «Counter Strike».

Через несколько лет в жизни молодёжи появились социальные сети, которые сыграли немаловажную роль в развитии интернет-языка. По большей части, теперь он определяет речь молодёжи. Всё потому, что в наши дни существенную часть времени молодёжь проводит в Интернете. Зарождаются все популярные интернет-слова преимущественно у молодого поколения, и только потом о них узнают пользователи из более зрелых возрастных групп. В наши дни сленгизмы, связанные с социальными сетями, можно найти повсеместно. Например, ими переполнены рекламные ролики или листовки. Иногда таких сленгизмов бывает так много, что люди старшего поколения даже не понимают, что именно рекламируют данные фирмы. В первую очередь, это такие базовые слова, как, «лайкнуть» (от английского слова like - нравится) и «ставить лойс на аву» (ава - сокращённый вариант от слова «аватарка», фотография пользователя в профиле соцсети, лойс - лайк, от английского слова like) - то есть одобрить какое-либо действие, фотографию или публикацию в социальных сетях, нажав на соответствующую кнопку или «репостнуть» (repost) - сделать вторичную публикацию сообщения, размещённого другим пользователем в социальной сети или блоге, со ссылкой на источник.

Благодаря социальным сетям молодёжь активно общается со своими сверстниками. Недавно появилась тенденция к тому, чтобы сокращать слова и даже целые выражения при написании текстовых сообщений ради экономии времени. «Ужс» - ужас; «пжлста» - пожалуйста. Также молодёжь использует и фонетические заимствования из английского языка. Например, «ноу проблемз» (no problems) - без проблем; «плиз» (please) - пожалуйста, «сори» (sorry) - извини, «фейл» (fail) - провал, неудача. Такой способ помогает сэкономить ещё больше времени.

Также благодаря социальным сетям молодёжь показывает себя с творческой стороны, выкладывая свои фотографии, рисунки или литературные

произведения. Правда, чем больше люди делятся своими достижениями, тем больше у них появляется ненавистников. В молодёжном сленге их называют «хэйтерами» (hate - ненавидеть). Они оставляют плохие комментарии под такими фотографиями или сообщениями либо пишут напрямую человеку, чтобы высказать негативное мнение. Иногда страницы «хейтеров» являются «фейками» (fake - фальшивка), то есть фальшивыми с чужими фотографиями и именами. Ещё молодёжь называет так подделки известных фирм. Однако люди стараются не реагировать на такой негатив со стороны «хейтеров» и «банят» их (ban - запрещать), то есть запрещают доступ к своей странице.

Можно сказать, что социальные сети помогают прославиться, но не всегда это получается сразу, поэтому некоторые специально поднимают ажиотаж вокруг себя для того, чтобы увеличить популярность. В сленге есть слово данному термину - «хайп» (hype - навязчивая реклама; шумиха, ажиотаж). В последнее время у молодёжи получается «хайпануть» только благодаря скандалам между ними и их друзьями, коллегами или даже «хейтерами».

С развитием социальных сетей появилось множество разных приложений, а вместе с ними и новые сленгизмы. Например, теперь молодёжь «гуглит», чтобы найти информацию при помощи поисковой системы «Google», «шазамит» («Shazam» - приложение для смартфонов, которое определяет, что за песня играет в данный момент), чтобы узнать название песни с помощью этого или похожего по функциям приложения, и «сирит», чтобы воспользоваться популярной вопросно-ответной системой «Siri», разработанной для IOS. С ростом числа пользователей приложения для быстрых знакомств «Tinder» появился такой сленгизм, как «свайпануть» (to swipe - проводить, не отрывая, скользить) - скользить пальцем по экрану. Однако слово «свайп» пришло в сленг ещё с появлением сенсорных экранов. Оно означает жест, когда пользователь смартфона или планшета прикладывает палец к экрану и, не отрывая, скользит им в нужном направлении. Тем не менее, этот сленгизм стал популярен только после появления приложения «Tinder» в России. Там «свайп» влево означает, что

фото незнакомца или незнакомки не нравится, а «свайп» вправо - что вы готовы к знакомству.

Через некоторое время молодым людям надоело простое общение в соцсетях, и они нашли себе развлечение в виде «пранка» и «челленджа». «Пранк» (prank - шутка, шалость) - подшучивание над кем-нибудь и съёмка происходящего на видео. А слово «челлендж» (challenge - вызов) появилось в 2014 году, после масштабной акции «ice bucket challenge», что буквально переводится как испытание ведром с ледяной водой. Это была волонтёрская кампания, направленная на повышение осведомлённости о боковом амиотрофическом склерозе и благотворительное финансирование фондов по исследованию этой болезни. Через некоторое время появились другие «вызовы». Суть «челленджей» сводится к тому, что участнику даётся какое-либо задание, которое необходимо выполнить. И всё это также снималось на видео.

В принципе, люди так развлекали себя и до этого. Раньше «пранками» называли «приколы на скрытую камеру». Тогда их показывали по телевизору, например, в передаче «Розыгрыш», главная цель которой - разыграть известную звезду. Причем разыгрываемый и не догадывается о том, что сложившаяся ситуация - подставная, сыгранная актерами и тщательно продуманная сценаристами. В передаче «Сам себе режиссёр» была рубрика «А вам слабо?». В ней показывали видео, в которых люди выполняли разные необычные задания. В какой-то степени их можно назвать «челленджами» из 90-х.

В сленге появились и заимствования из сфер физической культуры и спорта, такие, как «фитнес» (fitness) или «фитоняшка» - девушка, которая активно занимается спортом и предпочитает вести здоровый образ жизни. Это слово произошло при совмещении «фито» (от английского - fitness) и няшка (используемое в текстах жанра аниме слово «милая девушка»). Массовое использование приведённых сленговых единиц в речи русской молодёжи обусловлено тем, что всё большую популярность набирает культ здорового образа жизни, который активно пропагандируется на Западе. Многие

знаменитости начали следить за своим здоровьем. Они делятся своими успехами в социальных сетях и призывают поклонников следовать их примеру.

Однако вместе со сторонниками здорового образа жизни появились и «бодипозитивисты». Так молодёжь называет приверженцев культа «бодипозитива» (body positive - позитив по отношению к телу), призывающих любить собственное тело, независимо от того, вписывается оно в стандарты красоты или нет. Хотя это явление относительно новое в современной культуре, у «бодипозитивистов» успели появиться ненавистники. В сленге их называют «бодишеймерами». Сторонники «бодишейминга» (body shaming - порицание тела) травят людей с лишним весом.

Также большое влияние на развитие молодёжного сленга оказали музыка и киноиндустрия. Именно благодаря этим сферам появились такие сленгизмы, как «хит» (hit) - популярная песня или «постер» (poster) - плакат, афиша. Молодёжь начала использовать слова из этих сфер и в сокращённом виде. Например, «бинджвотчинг» (binge - запой и watching - просмотр). Так называют процесс, когда человек смотрит весь сериал или целый сезон за один присест, не отрываясь; запойный просмотр сериалов. Или, такое слово, как «лайфхак» (life hacking) - полезный совет, помогающий решать бытовые проблемы, экономя тем самым время. Как ни странно, этот сленгизм часто используют представители более старшего поколения в различных телевизионных передачах, хоть появился он из видеоблогов (блоги в интернете в форме видеозаписей), которым теперь молодые люди отдают большое предпочтение.

Ещё в середине 2000-х в жизни молодёжи появился YouTube, который заменил им телевидение. Это не просто веб-сервис, позволяющий загружать и просматривать видео, это еще и богатый источник сленгизмов, которые аккумулируются в молодёжном сленге. Теперь видеоблогеры больше влияют на молодёжь, чем звёзды традиционного кино. Таких людей в сленге ещё называют «инфлюэнсер» (influence - «влиять») или ютуберы (YouTube). Они более доступны и по возрасту близки к своей аудитории, поэтому молодёжь чувствует тесную связь с ними. Видеоблогеры расскажут, какие гаджеты лучше покупать,

какой косметикой пользоваться и даже как выбрать самую вкусную шаурму. Один из самых популярных жанров у них - «анбоксинг» (unboxing), то есть распаковывание заказанного по интернету «девайса» (device - любое портативное устройство).

Ютуберы стали большими звёздами среди молодёжи. Многие, в основном это подростки, стараются подражать им: копируют их стиль одежды и манеру речи. Некоторые видеоблогеры даже выпускают собственную продукцию - «мерч» (сокращение от английского слова merchandise - товар, продукция). Это могут быть как написанные ими же книги, так и дизайнерские футболки с их фотографиями или именами.

Многие ютуберы в своих видео используют англицизмы, которые потом переходят в сленг. Например, «саб» (subscriber) или «фолловер» (follower); оба этих сленгизма означают подписчик или такое слово, как «стримить» (streaming - потоковое вещание) - передавать данные (видео, звук) в реальном времени. В последнее время видеоблогеры часто «стримят», то есть проводят прямые видеотрансляции, как в «YouTube», так и в «Instagram», который с каждым годом набирает всё большую популярность. До этого слово использовали, в основном, только «геймеры» (gamer - игрок). В их сленге «стримить» означает показывать и комментировать в реальном времени свою игру. В сленге людей, которые проводят такие прямые трансляции, называют «летсплейщиками» (let's play - давайте играть). Для геймеров это любимое времяпрепровождение, когда нет возможности поиграть. В какой-то степени это такая теория перед практикой.

Также на русский сленг повлияла пандемия 2020 года. Молодёжь называет коронавирус просто «корона». Этот сленгизм образовался благодаря усечению. В 2020 году появилось и такое слово, как «зумиться», то есть общаться в «Zoom» - приложении, которое теперь повсеместно используется для проведения вебинаров, уроков, зачётов и даже вечеринок. Также в русском сленге молодёжь использует сленгизм «ковидиот» - это человек, который неадекватно реагирует на эпидемию коронавируса, слишком беспокоится или, наоборот, игнорирует опасность эпидемии. Ковидиотом можно назвать и того,

кто в панике скупает туалетную бумагу и гречневую крупу, так и того, кто игнорирует карантин, несмотря на наличие подозрений на коронавирус. Этот сленгизм является заимствованием из американского сленга, образовался он благодаря слиянию двух слов «COVID» (ковид) и «idiot» (идиот).

## **2.2 История развития сленга в США и его влияние на современную американскую молодёжь**

Американский сленг появился благодаря переселенцам из Великобритании. В начале 17 века британские власти ссылали преступников, бывших заключённых и бунтовщиков в Америку. К 1620 году было отправлено из Великобритании примерно двадцать тысяч переселенцев, речь которых сильно отличалась от речи среднестатистического британца. Эти колонисты говорили только на «вульгарном языке». Постепенно язык будущих американцев приобретал специфические черты и уже к восемнадцатому веку окончательно сформировался, разделившись на литературный и разговорный язык. Америка создала практически новый язык: изменения коснулись не только фонетики и лексики, но и самой устойчивой части языка - грамматики [30].

Первым в США, кто обратил внимание на сленг, был американский поэт Уолт Уитмэн. Он написал в 1885 году хвалебную статью по поводу сленга [28]. А уже в 1891 году в США был опубликован первый словарь американских сленгизмов.

В самые первые словари американского сленга входили все отклонения от литературного стандарта. Туда попали не только сленгизмы, но и диалектизмы, вульгаризмы, арготизмы и коллоквиализмы.

С ростом населения увеличилось количество американских сленгизмов. За этим можно косвенно проследить по известной работе Г. Л. Менкена [31]: первые три издания 1919 года состояли из пары страниц, четвёртое издание 1936 года из 54 страниц, а дополнение 1948 года уже из 150 страниц.

Американский сленг начал широко распространяться в первой половине двадцатого века. Этому поспособствовали новообразования в стране и военный жаргон.

Тем не менее у лингвистов появился большой интерес к американскому сленгу только в 60-ые годы 20 века. До этого они считали недостойным для себя занятием изучение этого слоя лексики. Одна из причин этого заключалась в том, что исследователи не имели столько сленгового материала, сколько имели лингвисты в конце двадцатого века.

Примерно в это время были опубликованы три наиболее значительных словаря американского сленга. Словарь американского сленга «Dictionary of American Slang» (1960), составленный Г. Уэнтвортом и С. Флекснером, впервые включал большое количество слов из обыденной жизни американцев, здесь также давался список слов по типу их морфологического образования, по сфере общения и по тематическому признаку [41]. В предисловии С. Флекснер дал описание природы и функции сленга. Словарь Г. Уэнтворта и С. Флекснера переиздавали несколько раз с дополнительными приложениями. В 1986 году Р. Чэпмен завершил полное переиздание словаря и выпустил его под названием «New Dictionary of American Slang» [38]. Р. Чэпмен ввел такие новшества, как яркие запоминающиеся символы, типографические знаки, которые предупреждают пользователя словаря об относительном риске при употреблении того или иного оскорбительного сленга.

Самым значительным событием в американской лексикографии является написание «Random House Historical Dictionary of American Slang» Д. Лайтера [30]. В этом словаре, состоящем из трёх томов, автор дал обстоятельный очерк по истории американского сленга и представил различные категории сленга, в том числе, студенческий сленг. Также Д. Лайтер отметил, что сленг нужно изучать, так как он является важной частью американского языка и американской культуры.

Сейчас американский сленг гораздо более употребителен, и его словарь гораздо больше, чем в других англоговорящих странах. Он используется как в

повседневной речи, так и в художественной литературе. Сленг играет чрезвычайно важную роль в современном американском английском языке: известно, что в среднем на сленг приходится одна десятая американского словаря.

В начале 21 века появилось много бесплатных электронных словарей сленгизмов, которые прекрасно оформлены и легко доступны для любого человека. В них можно найти полную информацию об интересующих словах из сленга. На данный момент одним из самых популярных онлайн-словарей слов и фраз англоязычного сленга является «Urban Dictionary» [39]. В нём содержится более семи миллионов словарных определений.

В целом на начальном этапе американские сленгизмы распространялись медленно. Только малая часть населения была знакома с ними, но постепенно всё больше людей переезжали жить в США. В основном это были иммигранты из Великобритании, Испании, Франции, Германии. Языки этих стран внесли свой вклад в образование американского литературного и разговорного языка. Через некоторое время народ понял, что им нужен объединяющий элемент, который помог бы преодолеть национальные различия. Таким элементом стал преобразованный английский язык.

В США сленг начал стремительно развиваться в начале двадцатого века. На это повлияли такие исторические события, как войны, появление новых субкультур, наркомания, широко охватившая всю страну, и развитие новых музыкальных жанров.

Например, в начале двадцатых годов жизнь американцев значительно изменилась. Люди начали чаще покупать предметы роскоши, включая автомобили. Когда такое транспортное средство стало привычным атрибутом большинства семей, в языке появилась соответствующая лексика. Например, такая фраза, как «step on it» (Поторапливайся! Живей! Шевелись!) по аналогии с «step on the gas» (жми на газ). В 1927 году появилось выражение «back-seat driver»; так называли пассажиров, которые сидели за водителем и давали советы.

Позже этим словосочетанием стали называть любого человека, который дает непрошенный совет.

В конце 19 века появился кинематограф. Он значительно повлиял не только на искусство двадцатого века, но и на сленг американской молодёжи. К концу десятилетия большинство американцев посещали кинотеатр как минимум раз в неделю. Благодаря такой любви к кинематографу появилось много сленгизмов, связанных с этим видом искусства. Например, «flick» (кинотеатр, кино, фильм) или «silver screen» (киноэкран кинематография).

Несмотря на то, что в 1919 году был принят Сухой Закон, несколько новых слов, связанных с употреблением алкоголя, попали в американский сленг. Так, например, в нём появился термин, обозначающий человека, пьющего нелегально - «scofflaw». Из-за ограничения доступа к алкоголю в США вырос уровень преступности. Это значительно повлияло на американский сленг. В нём появились такие слова, как «the mob» (банда), «fuzz» (полиция), «cop a plea» (признать вину, чтобы избежать наказания).

В начале тридцатых годов после отмены Сухого Закона в США становится популярным танец джиттербаг. Молодые люди, которым нравилась музыка стиля свинг, в американском сленге назывались «cats» или «alligators».

Однако не только увеселительные заведения и предметы роскоши способствовали развитию американского сленга начала двадцатого века, но и мировые войны (1914-1918 и 1939-1945). Появилось много слов из военного жаргона. Например, «bunk» - кровать; ранее это слово обозначало только деревянные нары, но во время Первой мировой войны и по сей день оно употребляется в значении слова «кровать», «постель» из-за традиционно некомфортных условий, в которых военным приходится спать (лексико-семантическое словообразование) или иноязычное заимствование - kaput - конец, завершение. Этот сленгизм произошёл от немецкого слова «kaput». Такая фраза, как «for the birds» (непригодный, бессмысленный, бесполезный) появилась во Вторую мировую войну и связана с тем, что птицы клюют семена из навоза.

Сегодня эта фраза означает слишком пустяковые, чтобы воспринимать их всерьёз, комментарии или идеи.

На американский сленг значительно повлияла эпоха «хиппи». Эта новая субкультура возникла в 60-ые годы в США и была очень популярна среди молодёжи. Благодаря «Хиппи» появилось много американских сленгизмов, связанных с наркотиками, музыкой, сексом и политикой. Например, слово «jonesing» (ломка), которое берёт истоки от героиновой зависимости. Его применяли для описания труднопереносимых ощущений от прекращения употребления наркотиков. Преданных поклонников популярной на тот момент группы «Grateful Dead» называли «Dead Head». Есть и такие сленгизмы, которые появились в эпоху хиппи и используются по сей день. Например, фраза «come out» (come out of the closet) - открыто признать собственную гомосексуальность (выйти из шкафа). В 60-ые годы мужчины в общении для выражения особого расположения и дружелюбия называли друг друга «dude», то есть чувак или старик. Однако само слово «dude» появилось раньше, в 1863 году в Нью-Йорке и долгое время его использовали в значении «щёголь». Тогда так называли эстетов из Новой Англии, стремившихся отдохнуть на Западе США. Хиппи были противниками войн. Один из самых известных их лозунгов был «Make love, not war!», что означает: «Занимайтесь любовью, а не войной!». Так, например, они активно выступали против использования различных ядерных технологий. В те годы в сленге людей, имеющих отношение к антиядерному движению, называли «anti-nuke».

В 70-ые годы в США стал популярен сёрфинг. Он оказал влияние на словарь молодёжи тех лет. Появились такие слова как «dweeb» (отброс общества), «gnarly» (хороший) и «rad» (очень хороший).

В эти же годы американская молодёжь создала собственную новую субкультуру - хип-хоп, которая включает в себя рэп, граффити и танцы. Она так же значительно повлияла на американский сленг, как «Хиппи». Эта субкультура зародилась в одном из районов Нью-Йорка, и в последствии, распространилась по всей стране.

Многие американские сленгизмы тех лет произошли из рэпа. Он стал для молодых людей особым способом самовыражения. Его исполнители ввели в сленг много новых терминов и аббревиатур. Большую роль сыграло то, что рэп был искусством, доступным каждому, для чего не нужно было денег. Рэп был словесным умением, которое можно было тренировать и практиковать почти в любых условиях и при любых обстоятельствах. Главное в рэпе - всегда быть оригинальным и рифмовать в такт музыке. Рэпер ничем не ограничен, в качестве темы может выступать всё что угодно.

Благодаря хип-хоп культуре появились такие слова, как «hood» (сокращение от neighborhood - район) или «whip» (автомобиль).

Известный всей американской молодёжи сленгизм «shaboу» имеет два различных значения - в одном контексте выступает как приветствие, а в другом может означать «свой парень». Это слово придумал в 90-ые годы 20 века популярный рэпер Джей-3и. Он впервые выкрикивает его в песне «99 Problems» [43].

В начале 21 века в американском сленге появился такой термин, как «Stan»; так стали называть фанатов, которые одержимы своим кумиром и не представляют свои жизни без него. Этот сленгизм был заимствован из песни другого популярного американского рэпера Эминема. В ней рэпер поёт о фанате, которого зовут Стэн. Он постоянно писал письма Эминему, но со временем они становились всё более агрессивными. После долгого отсутствия ответа Эминема Стэн кончает жизнь самоубийством, бросившись с моста на машине, в багажнике которой была его беременная жена. Позже благодаря этому сленгизму появилась такая фраза - «to be stanning somebody», что означает фанатично наблюдать за каждым действием знаменитости [42].

Также в 90-ые годы афроамериканская община внесла значительный вклад в сленг американской молодёжи в основном через хип-хоп. Например, появление таких слов и словосочетаний, как «bitching» (отличный), «c1ef» (хороший), «kick ass» (пользоваться успехом).

В конце 20 и в начале 21 века благодаря хип-хоп культуре в языке американской молодёжи появилось много сленгизмов. Например, «what's up» (привет), «check it out» (обратить внимание) или «for real» (серьёзно). Некоторые сленгизмы тех лет используют и в наши дни.

В современный американский сленг молодёжи 21 века входят несколько смысловых категорий: свободное времяпрепровождение; учёба; социальные отношения; эмоции; общение и сленгизмы, относящиеся к общеупотребительной лексике.

Сейчас в речи молодёжи около тридцати процентов сленгизмов, которые представляют собой лексику, связанную с сексуальной сферой, употреблением алкоголя и вечеринками. Например, «foxy» - сексуальная (о женщине); «sprain one's ankle» - забеременеть; «chill» - расслабиться; «have arms, chizzil» - устроить вечеринку.

Любая молодёжная вечеринка не обходится без выпивки, поэтому в американском сленге немало сленгизмов, связанных с употреблением алкоголя. К этой группе относится такой фразовый глагол, как «hit me», который употребляется во время застолья в смысле «согласиться выпить чего-нибудь крепкого», и переводится как «наливай мне». Среди студентов университетов США курение марихуаны является очень популярным времяпрепровождением, учитывая тот факт, что во многих штатах это официально разрешено. Для обозначения этого занятия существует сленгизм с таким же глаголом - «hit the gas», что переводится как «вдохнуть марихуану».

Однако не вся американская молодёжь предпочитает проводить свободное время на шумных вечеринках. Некоторые предпочитают спокойный отдых, например, дома или на природе. В сленге даже появилось такое выражение «Netflix and chill», означающее совместный просмотр с семьёй или друзьями популярного телеканала «Netflix», где можно найти большое количество молодёжных фильмов и сериалов. В основном этот сленгизм выполняет роль глагола.

Американские сленгизмы, связанные с учебной деятельностью, составляют незначительное число - один процент. К этой группе можно отнести такую фразу, как «hit the books» - «зубрить» и слово « cram» - пытаться что-то выучить. Соседа в общежитии молодёжь называет «roomy». Этот сленгизм был образован от слова «roommate» благодаря аффиксации. Некоторые названия школьных предметов в американском сленге были изменены благодаря усечению - «bio» (биология), «chem» (химия). Студенты называют между собой профессоров «prof». Этот сленгизм был образован так же благодаря усечению.

Тем не менее большая часть американских сленгизмов относится к общеобиходной лексике - социальные отношения; эмоции; общение; деньги и одежда. Например, в настоящее время значительное влияние на молодёжный сленг как в США, так и в других странах мира оказывает интернет и социальные сети, которые всё чаще используются как альтернатива живому общению. Американские студенты проводят значительную часть времени, общаясь друг с другом в социальных сетях (Facebook, Twitter, Instagram) или в программах мгновенного обмена сообщениями, мессенджерами (WhatsUp или Viber). Например, благодаря социальной сети Twitter появились такие сленгизмы, как «tweeple» (twitter people or users of Twitter) - пользователь социальной сети Twitter; «tweet(ing)» - публикация сообщений в Twitter; «retweet» - публиковать чьё-либо сообщение пользователя Twitter на свою страницу в этой социальной сети. В интернет общении сленг получил особенно широкое распространение: там появляется много новых сленговых слов, так как онлайн-общение требует использования коротких ёмких слов для экономии времени. Например, «IMHO» (in my humble opinion) - по моему скромному мнению. Этот сленгизм даёт понять, что высказывающий какую-либо мысль человек до конца не уверен в правильности своей мысли. Благодаря интернету появились не только такие аббревиатуры, но и сокращённые версии различных слов. Например, слова «totally» - абсолютно и «adorable» - мило в американском сленге стали «totes» и «adorbs».

Тем не менее, не только в интернете можно встретить большое количество американских сленгизмов. Газеты и журналы США пестрят такими словами и выражениями, в частности, для того, чтобы привлечь молодых читателей. Также американские сленгизмы можно встретить в художественной литературе. С помощью таких слов и выражений авторы в своих книгах показывают языковые характеристики персонажей и их образ жизни.

Американские сленгизмы можно встретить не только в современных произведениях, но и в произведениях девятнадцатого века. Например, в повести «Приключения Тома Сойера», написанной известным писателем и журналистом Марком Твенем, есть несколько сленгизмов тех лет:

“Nothing! Look at your hands. And look at your mouth. What is that truck?”  
[32]

В этом отрывке слово «truck» употреблено в значении «ерунда, вздор» в целях усиления экспрессивности возмущения.

“He'll play hookey this evening.”

“Siddy, I'll lick you for that” [32].

Сленгизмы «to play hookey» в значении «прогуливать занятия» и «to lick» - «побить» передают языковые характеристики главного героя, указывают на его возраст и сферу общения. Благодаря этому диалогу мы можем понять, что это общение ведётся в школе со сверстниками.

В повести писателя 19 века Дж. Сэлинджера «Над пропастью во ржи» главный герой Холден Колфилд в своей речи широко использует более ста сленговых слов и выражений, которые широко употребительны среди подростков тех лет. Например, в этом произведении два раза можно встретить фразу - «to be killed by something» обозначающая, что герой испытал эмоциональное потрясение, в одном случае благоприятное - «that story just about killed me» (эта история мне очень понравилась), в другом - неблагоприятное - «then she turned her back on me again. It nearly killed me» (затем она опять повернулась ко мне спиной. Я чуть не лопнул от злости.) [34].

В современной американской литературе большое количество сленгизмов можно встретить в книгах популярного во всём мире писателя Стивена Kinga. Диалоги в его произведениях чрезвычайно приближены к разговорной речи в той или иной ситуации, что достигается путём использования сленга. Например, в романе «11/22/63»: «That's right, buddy. But I don't think it's ever gonna be, you know, completely right. And don't tell me that John screwed up again». В этих предложениях можно встретить такие американские сленгизмы, как «buddy» - «дружище» и «screwed up» - «облажался». Благодаря сленгу Стивен King проводит границу между героями, указывает на их принадлежность к определённому поколению, социальной группе. Например, это явно прослеживается в другом отрывке из того же романа «11/22/63»:

"We used to say Coach, Coach, step on a roach." Coach Borman looked puzzled.

"Really?"

"Nah, just goofin witcha" [33].

Из данного примера мы можем понять, что здесь учитель ведёт беседу с учениками. Особенно яркой иллюстрацией использования молодёжного сленга является последнее предложение, где к сленгизмам относятся междометие «nah», служащее для выражения несогласия, глагол «goofin» в значении «шутить, прикалываться» и слово «witcha», которое считается сокращением местоимения с предлогом «with you».

Сейчас американская молодёжь до сих пор использует в своей речи сленгизмы, образованные благодаря усечению и аббревиации. Тенденция с экономией времени не теряет свою популярность. Молодёжи важно выражать свои мысли при минимальной затрате речевых средств. Например, словосочетание «way to go» является американским сленгизмом. Молодые люди говорят эту фразу своим друзьям, когда хотят их поддержать. «way to go» - сокращение от полного выражения «That's the way to go!», которое означает «это тот самый путь, по которому нужно идти». Сам сленгизм переводится как «так держать».

Есть в американском сленге необычные слова, которые образовались благодаря усечению. Например, «к» от «окау». Так молодёжь в США отвечает на любые предложения человека, который им не интересен. На русский язык этот сленгизм переводится как «мне наплевать». В основном это усечённое слово используют в сообщениях, но иногда его можно услышать и в речи молодёжи.

Также в американском сленге есть немало слов, образованных благодаря аббревиации. Например, такое необычное слово «GOAT» переводится не как «коза», а как «лучший из лучших». Этот сленгизм является аббревиатурой от «greatest of all time» и пользуется большой популярностью среди молодёжи уже несколько лет.

В качестве реакции на смешную фразу или событие американская молодёжь использует сленгизм «LOL». Это сокращение от фразы «laughing out loud» (громкий смех). Этот сленгизм появился давно, но он до сих пор пользуется большой популярностью среди молодых людей.

Американская молодёжь часто использует в своей речи такие сокращённые слова, как «obvi» (сокращение от «obviously» - очевидно); «comfy» (сокращение от «comfortable» - удобный) или «cig» (сокращение «cigarette» - сигарета).

Есть и такой сленгизм, который знают и даже активно употребляют за пределами США - «cop» образовано от словосочетания «chief of police». Так молодёжь пренебрежительно называет сотрудников полиции. Такой сленгизм является эквивалентом к русскому слову «мент» (милиционер). Однако в наши дни молодёжь в России чаще говорит «коп» вместо «мент».

Также в США в общении молодёжи немаловажную роль играют сленговые выражения, описывающие человека и передающие его эмоции.

В американском сленге много слов, которые выполняют эту функцию. Например, молодые люди называют своих вторых половинок «babe» или «baby», что переводится как «детка» или «малыш». Некоторые парни в США обращаются к девушкам «chick», а к близким друзьям - «bro». Все эти слова

появились в середине и в конце двадцатого века, но до сих пор пользуются большой популярностью среди американской молодёжи.

Есть и сленгизмы с отрицательной коннотацией, например, «noob». Оно обозначает новичка в чём-либо (как правило, в компьютерных играх), у которого не хватает мастерства, и он постоянно проигрывает, жалуется на этот счёт, но не считает нужным обучаться новым вещам. «Nutball» в сленге означает «идиот». Этот сленгизм был образован путём сложения двух слов - «nut» (орех) и «ball» (мяч).

Тем не менее, есть и сленгизмы с нейтральной коннотацией - например, «ancient». В языке американской молодёжи это слово переводится не как «старинный» или «древний», а как «старожил». Этот сленгизм был образован благодаря конверсии из прилагательного перешёл в существительное. Такой приём трансформации встречается как в стандартном, так и в разговорном языке.

Эмоционально-экспрессивная функция является одной из главных в сленге. Ведь в стандартном американском языке не все слова могут наиболее чётко и полно выразить чувства и эмоции молодых людей. Так, например, в американском сленге молодёжь использует словосочетание «blow out», которое описывает человека, находящегося в состоянии опьянения под воздействием марихуаны. Самое распространённое слово паразит в языке молодых американцев - «whateva». Оно переводится как «пофиг», «всё равно», «без разницы».

Однако большую часть в сленге американской молодёжи занимают сленгизмы, относящиеся к общеупотребительной лексике или описывающие социальные отношения.

Например, рассмотрим сленгизм «puppy love». Это выражение дословно имеет значение «щенячья любовь», но в американском сленге оно означает «первая любовь», то есть юношеская. Как правило, юношеская любовь - самая сложная для психики подростков, и порой её можно сравнить с щенячьей любовью. Другой американский сленгизм, образованный также благодаря метафоризации, - «the cold shoulder», который дословно переводится как

«холодное плечо». В молодёжном сленге эта фраза означает холодное отношение, холодный приём, пренебрежение. Обычно она используется с глаголами «get» и «give». Так молодёжь говорит о ситуации, когда один человек игнорирует других людей, потому что он находится в плохом настроении или из-за того, что его собеседник сказал что-то глупое, на что лучше не отвечать.

В языке молодых американцев есть много фразовых глаголов, которые входят в эту группу. Например, словосочетание «zone out», которое переводится, как «витать в облаках», говорят, когда человек думает о совершенно посторонних вещах и не обращает внимание на то, что происходит вокруг него. Другое простое и легко запоминающееся выражение «fixate on something or somebody» в американском сленге обозначает «зацикливаться на чём-то или ком-то».

Как и в стандартном американском языке, так и в языке молодёжи есть много устойчивых словосочетаний. Например, «to have a crush on somebody» означает «потерять голову из-за кого-то» или «влюбиться без памяти». Также эту фразу можно перевести при помощи сленговой единицы русского языка - «запасть на кого-то». Рассмотрим еще одно устойчивое словосочетание, которое также относится к теме взаимоотношений между девушкой и парнем. Фраза «We are kind of a thing» дословно может быть понята, как «мы вроде как что-то», но на самом деле, такая фраза употребляется в намёке на отношения или симпатию и обозначает «между нами что-то есть». Другое устойчивое словосочетание американского сленга «ride or die» изначально использовали байкеры. Они так любили своих железных коней, что говорили «поезжай или умри». В сленге эта фраза переводится как «любовь всей жизни» или «любовь до гроба». Сленгизм «spill the tea» был образован благодаря метафоризации. Переводится он, как «сплетничать, раскрыть секрет». Эта фраза напрямую связана с беседами за чашечкой чая, так как во время таких разговоров легко рассказать чей-либо секрет.

В обыкновенных разговорах американская молодёжь часто использует такие фразы как «are you for real?» дословно переводится, как «ты реальный?».

но на самом деле, в американском сленге он означает «Ты серьёзно?» или «Это правда?». Яркая и часто употребляемая фраза «You're on a roll» весьма непонятна, если ее переводить дословно, но в разговорном английском она обозначает «ты в ударе» или «тебя прёт». Такое определение употребляется, когда есть необходимость указать, что человек что-то начал делать и у него это хорошо получается, что он даже не может остановиться.

Пандемия 2020 года не только повлияла на жизнь многих людей по всему миру, но и на американский сленг. Новые сленгизмы тоже относятся к общеупотребительной лексике или описывают социальные отношения. Многие из них образовались благодаря соединению двух слов. Например, такое слово как «doom-scroll». Этот сленгизм образовался благодаря соединению двух слов «doom» (фатум, злой рок) и «scroll» (пролистывать). Он обозначает действие, когда человек навязчиво пролистывает соцсети в поисках новостей о коронавирусе или какой-либо приближающейся катастрофе в мире. Также появился такой необычный сленгизм «internest», который был образован благодаря соединению двух слов: «internet» (интернет) и «nest» (гнездо). Так современная молодёжь называет уютное место с большим количеством мягких подушек и тёплых одеял для долгой работы в интернете.

Во время пандемии многие начали пользоваться платформами для проведения видеотрансляций из дома. Однако, так как человека видно только по поясу, некоторые люди решили воспользоваться ситуацией и надевать приемлемого вида футболку или рубашку, при этом оставаясь в трусах или домашних брюках. В итоге, в американском сленге появилось слово «upperwear» - одежда выше пояса. Образовался этот сленгизм благодаря игре слов: «underwear» (нижнее бельё) и «upper wear» (верхняя одежда).

## Выводы по 2 главе

Во второй главе была подробно изучена история развития русского и американского сленга.

Появление отечественного сленга связано с открытием в 1802 году императорского Дерптского университета. В этом учебном заведении преподавание велось на немецком, а студенты были уроженцами России и Германии, поэтому формирование языка молодёжи тех лет проходило под влиянием немецкого языка. Второй этап в развитии сленга наступил в начале двадцатого века. После революции и Гражданской войны появилась армия беспризорных. Эта группа людей значительно повлияла на сленг, окрасив его словами из аргос. Третий этап развития сленга датируется пятидесятыми годами. Благодаря молодёжной субкультуре стиляг в сленге появились единицы, заимствованные из английского языка, а многие воровские слова постепенно ушли из лексикона подрастающего поколения. Следующий важный этап в развитии русского сленга наступил в девяностые. На молодёжный язык тех лет повлияли расцвет бандитизма и отмена «железного занавеса». В сленге появились слова из аргос и английского языка.

Американский сленг появился благодаря переселенцам из Великобритании. В начале 17 века британские власти ссылали преступников, бывших заключённых и бунтовщиков в Америку. Американский сленг начал широко распространяться в первой половине двадцатого века. Этому способствовали преобразования в стране и военный жаргон. В середине 20 века на американский сленг значительно повлияла молодёжная субкультура - хиппи. Благодаря ей появилось много американских сленгизмов, связанных с наркотиками, музыкой, сексом и политикой. В конце 20 века на американский сленг повлияла субкультура хип-хоп, которая включает в себя рэп, танцы и граффити. Многие сленгизмы тех лет произошли именно из рэпа.

В наши дни на язык современной русской и американской молодёжи повлиял интернет: социальные сети, различные сайты и приложения.

## Глава 3. Сравнительный анализ русского и американского сленга

### 3.1 Сравнительный анализ истории развития русского и американского сленга

Общим для того и другого сленга является тот факт, что они начали стремительно развиваться в начале-середине двадцатого века. На это повлияли такие исторические события, как войны и появление новых субкультур.

В России после революции и Гражданской войны появилась армия беспризорных. Эта группа людей значительно повлияла на сленг, окрасив его словами из аргю. Например, «шпана» - так называли беспризорников, воров и хулиганов, «кулей» вместо «товарищ» и «штрам кулей» вместо «хороший товарищ».

Развитию американского сленга способствовали и мировые войны (1914-1918 и 1939-1945). Появилось много слов из военного жаргона. Например, раньше слово «bunk» обозначало только деревянные нары, а во время Первой мировой войны приобрело значение «кровать».

Также на развитие русского и американского сленга значительно повлияли новые субкультуры: стилиаги в России и хиппи в США.

Русская молодёжная субкультура стилиаги была популярна в крупных советских городах с конца 1940-х по начало 1960-х годов и имела в качестве эталона преимущественно американский образ жизни. Поэтому стилиаг также называли «штатниками» (от «Соединённые Штаты»). Им был присущ повышенный интерес к яркой одежде, музыке и танцам из-за рубежа. Эта субкультура повлияла и на сленг русской молодёжи. Он складывался из внешних заимствований, переименованных на русский лад. Например, такие слова, как «бэбл-гам» (bubble-gum) вместо «жевательная резинка» или «рекорд» (record) вместо «пластинка».

Субкультура хиппи так же значительно повлияла на американский сленг, как и стилиаги - на русский сленг. Разница в том, что в языке русской молодёжи многие сленгизмы заимствованы из английского, а в языке американской молодёжи тех лет многие сленгизмы были образованы благодаря

метафоризации. Также в русском сленге преобладали слова, связанные с модой и вечеринками, а в американском сленге шестидесятых преобладали слова, связанные с наркотиками, музыкой, сексом и политикой. Это объясняется тем, что стилягам был присущ повышенный интерес к яркой одежде, музыке и танцам из-за рубежа, а хиппи активно выступали против войн. Представители этой субкультуры считали, что в мир нужно приносить только добро и жить в удовольствие, что они и делали. Поэтому в те годы в сленге американской молодёжи многие сленгизмы были связаны с наркотиками и политикой. Например, такое слово «jonesing» (ломка), которое берёт истоки от героиновой зависимости. Его применяли для описания труднопереносимых ощущений от прекращения употребления наркотиков.

Общим для того и другого сленга является и то, что на них значительно повлиял интернет. Молодёжь 21 века проводит большую часть времени, общаясь друг с другом в социальных сетях (Facebook, Twitter, Instagram) или в программах мгновенного обмена сообщениями, мессенджерах (WhatsUp или Viber). В интернет общении сленг получил особенно широкое распространение: там появляется много новых сленговых слов. Например, «retweet» в американском сленге и «ретвитнуть» в русском сленге. Оба этих сленгизма означают «опубликовать чьё-либо сообщение пользователя Twitter на своей странице в этой социальной сети». Также вместе с социальными сетями и мессенджерами появились различные сайты, приложения, каналы, которые повлияли и на русский, и на американский сленг. Например, такой сленгизм, как «свайпануть» (to swipe - проводить, не отрывая, скользить) - скользить пальцем по экрану. Он появился в языке русской молодёжи благодаря приложению для быстрых знакомств «Tinder». В американском сленге недавно начали использовать выражение «Netflix and chill», означающее совместный просмотр с семьёй или друзьями популярного телеканала «Netflix», где можно найти большое количество молодёжных фильмов и сериалов. В основном этот сленгизм выполняет роль глагола.

Есть некоторые различия в происхождении и процессе развития русского и американского сленга.

Различаются источники их образования. Появление отечественного сленга связано с открытием в 1802 году императорского Дерптского университета. В этом учебном заведении преподавание велось на немецком, а студенты были уроженцами России и Германии, поэтому формирование языка молодёжи тех лет проходило под влиянием немецкого языка. Например, в студенческой речи можно было услышать такие слова, как «бунш» - студент, «фукс» - студент первого семестра, «бранд-фукс» - студент второго семестра или «коммерш» - пирушка в университете.

Американский сленг появился благодаря переселенцам из Великобритании. В начале 17 века британские власти ссылали преступников, бывших заключённых и бунтовщиков в Америку. В основном это были иммигранты из Великобритании, Испании, Франции, Германии. Языки европейских стран внесли свой вклад в образование американского литературного и разговорного языка, но их влияние оказалось весьма незначительным по сравнению с английским языком.

В начале и в середине 20 века русский и американский сленг развивался примерно одинаково - благодаря войнам и появлению новых субкультур. Однако в период с 70-ых по 90-ые годы их пути разошлись.

Сразу после распада Советского Союза Россия начала переживать серьёзный экономический кризис. Два дефолта, потрясшие страну в начале девяностых, привели к тому, что сбережения у большинства граждан навсегда пропали, а экономика государства оказалась в критическом положении. Эти события привели к увеличению уровня безработицы. Многим жителям страны в 90-ые пришлось столкнуться с расцветом бандитизма и коррупции. Поэтому в эти годы арго сильно повлиял на молодёжный сленг. Появились такие слова и фразы, как «стрелка» - встреча для выяснения отношений (отсюда и образовалось выражение «забить стрелку» - договориться насчёт встречи для выяснения отношений) или «капуста» - деньги.

Также на развитие русского сленга тех лет повлияла отмена «железного занавеса». Люди начали активно налаживать контакты с Западом. Завезли новые зарубежные товары, иностранные фильмы и музыку, которые были запрещены в СССР. Такие изменения вызвали большую волну иноязычных заимствований. В основном это были заимствования из английского языка. Например, теперь молодёжь говорит «окей» (okay) вместо «да», «лузер» (loser) вместо «неудачник» или «випарь» (VIP - Very Important Person) вместо «особо важная персона».

Во второй половине 20 века американская молодёжь создала собственную новую субкультуру - хип-хоп, которая включает в себя рэп, танцы и граффити. Она значительно повлияла на американский сленг тех лет. Эта субкультура зародилась в одном из районов Нью-Йорка, и впоследствии распространилась по всей стране. Благодаря хип-хоп культуре появились такие слова, как «hood» (сокращение от neighborhood - район) или «whip» (автомобиль).

Также в 90-ые годы афроамериканская община внесла значительный вклад в сленг американской молодёжи, в основном через хип-хоп. Например, появление таких слов и словосочетаний, как «bitching» (отличный), «clef» (хороший), «kick ass» (пользоваться успехом).

### **3.2 Сравнительный анализ словообразования русского и американского сленга**

В ходе сравнительного анализа были выявлены общие черты между русским и американским сленгом.

Как показал сравнительный анализ истории развития русского и американского сленга, усечение, стяжение и метафоризация оказались наиболее широко функционирующими способами словообразования в обоих молодёжных языках.

Молодым людям 21 века важно выражать свои мысли при минимальной затрате речевых средств, поэтому в современном сленге довольно много слов, образованных благодаря усечению и стяжению. Например, «ужс» - ужас или

«пжлста» - пожалуйста в русском сленге; «totally» - «totes» (абсолютно) или «adorable» - «adorbs» (мило) в американском. При усечении корней написание некоторых сленгизмов значительно изменилось. Так в русском сленге слово «сейчас» сократилось до «ща», а в американском сленге второй месяц осени «October» (октябрь) сократился до «ак». Стяжение используют реже, чем усечение, но этот способ словообразования тоже помогает в экономии языковых средств, а также придаёт комический эффект. Например, «академка» - академический отпуск в русском сленге; «edress» - электронный адрес (сочетание двух слов electronic и address).

Для экономии времени при написании сообщений или речевых усилий при разговоре молодёжь использует в своём лексиконе и аббревиацию. Например, «ЛС» - личное сообщение или «ЧС» - чёрный список в русском сленге, и «ИМНО» - in my humble opinion (по моему скромному мнению) или «GOAT» - greatest of all time (лучший из лучших) в американском сленге. Однако сленгизмов, образованных благодаря аббревиации, гораздо больше в языке американской молодёжи.

Довольно часто молодые люди используют в своей речи сленгизмы, образованные благодаря метафоризации. Такие сленгизмы передают наиболее заметные признаки называемых предметов и выражают особые эмоциональные отношения к ним, что очень важно в сленге. Все они построены на различных ассоциациях по ряду разнообразных сходств: по форме, цвету, функции и качеству. Например, «харя» - лицо (ассоциация по форме) в русском сленге и «bonehead» - придурок (ассоциация по качеству) в американском сленге.

В обоих языках молодёжи есть и целые фразы, которые были образованы по такому же методу. Например, в русском сленге есть такие сленгизмы, как «ты просто космос» («космос» - одобрительная оценка чего-либо) или «седи за базаром» (базар - разговор, беседа). В американском сленге фраза «jump on the grenade» означает развлекать некрасивую девушку, чтобы дать возможность своему другу развлекаться с её красивой подругой. Само слово «граната» - скрытое сравнение с некрасивой девушкой.

На образование сленгизмов обоих сленгов значительно повлияла и аффиксация. Типичными для языка американской молодёжи являются суффиксы -о, -егго и -агго. Например, clucko - дурак; jarrqgго - янонец; asergo - самый лучший. В основном эти суффиксы придают словам разговорную, фамильярную или просторечную окраску. Также в американском сленге достаточно продуктивны суффиксы -er и -ei. Например, picker-upper - возбуждающее средство; palm-presser - политик; baddie - плохой человек; drunkie - алкоголик.

Типичными для языка русской молодёжи являются суффиксы -к (училка - учительница); юх /-юшк (днюха / днюшка - день рождения, братуха - брат); -ач (дискач - дискотека), -ня (фигня - неважная вещь, мелочь); -чик (нежданчик - нечто неожиданное) -ос (данный суффикс является исключительно сленговым суффиксом, видос - видео). Также в русском сленге довольно популярны уменьшительно-ласкательные суффиксы: -ак, -ик, -ок, -юк, -як. Например, с ними образуются такие слова как чувак - приятель, шампусик - шампанское или отходняк - состояние похмелья. Данные суффиксы придают сленгизмам насмешливую, ироничную окраску.

Многим словам русского и американского сленга свойственны юмор и языковая игра слов и звуков. Обычно такие шуточные сленгизмы образуются благодаря метафоризации или рифмованию. Например, «мерин» (мерседес) или «оки-доки» (хорошо, я согласен) в русском сленге; «moо juice» (молоко) или «Delhi-belly» (диарея) в американском сленге. Все эти сленгизмы выражают эмоции к называемым предметам или явлениям и придают комический эффект.

В обоих языках молодёжи есть слова, которые были заимствованы из языка преступного мира. Например, в 90-ые годы аргосильно повлиял на русский сленг. Появились такие слова, как «колбасить» - развлекаться, танцевать, переживать; «бакланить» - хулиганить или вымогать деньги. Некоторые сленгизмы, заимствованные из тюремного языка тех лет, используются и по сей день. Например, слово «понты». В тюремном языке так называли жертву шулера или отвлечение внимания жертвы во время воровства.

Само слово «понт» пришло в язык преступников из латинского языка. «Pons» по-латински означает «мост», а в Риме мост был очень важным объектом. То есть, получается, что первоначально слово «понт» означало просто «нечто важное». В сленге так говорят про дорогие безделушки, как правило, безвкусные, которые должны подчеркнуть богатство их владельца.

На американский сленг значительно повлиял арго в начале 20 века во времена Сухого Закона. Из-за ограничений к алкоголю в США вырос уровень преступности, что привело к появлению таких слов, как «the mob» (банда), «fuzz» (полиция), «сор а plea» (признать вину, чтобы избежать наказания).

В наши дни русская и американская молодёжь редко использует в своей речи слова, заимствованные из языка преступного мира.

Существуют и характерные различия между этими двумя молодёжными языками.

Так в русском сленге чаще встречаются сленгизмы, образованные путём сложения корней (гопостайл - спортивный стиль одежды людей с низким социальным статусом; коронопофигист - это тот человек, который отрицает возможность заразиться). А в американском сленге в основном используется словосложение (homebody - любитель посидеть дома; nutball - идиот). Такое явление объясняется тем, что русский язык флективный, а английский - аналитический. Это значит, что в русском сленге отношения между словами в предложении выражаются прежде всего флексиями, а в американском отношения передаются прежде всего порядком слов и служебными словами (предлоги, союзы, вспомогательные и связочные глаголы).

В русском сленге для образования слов используются префиксы: -в, -за, -от. Например, впарить - продать с оттенком всучить, навязать, иногда в смысле некачественный товар или услугу; заценить - оценить; отметелить - избить. В американском сленге префиксы не используются.

В обоих сленгах образование новых сленгизмов происходит посредством использования стандартных аффиксов, однако в языке американской молодёжи существенную роль играют и полуаффиксы, которые характерны только для

образования сленговой лексики. Например, полуаффикс -rot приобрёл значение «лицо, обладающее определёнными характеристиками» (crackpot - сумасшедший или stinkpot - отвратительный человек), а слово с полуаффиксом -happy обозначает безумного или одержимого человека (skirt-happy - помешанный на женщинах; grin-happy - любящий выпить).

Все эти аффиксы, несмотря на различия в передаваемых ими значениях сленгизмов, в эмоционально-оценочной коннотации являются трансляторами национально-культурной специфики американского сленга. Полуаффиксов, подобных тем, которые существуют в американском сленге, в русском сленге нет. В нем благодаря большому набору флексий литературного языка можно без труда образовать много новых сленгизмов.

Также есть различия в заимствованиях. Слова из другого языка переходят в американский сленг в полной форме, а в русском сленге иноязычные слова в основном адаптируются к русской грамматической норме.

Американский сленг пополняется в большей степени благодаря контактам с языками народов, населяющих США, то есть испанцев, немцев, евреев, индейцев и других. Например, сленгизм numero uno (лучший) заимствован из испанского, «alles» (всё, конец) - из немецкого; «schlock» (низкопробный товар) - из идиша, а «hootch» (спиртное) - из языков индейцев.

В русский сленг заимствованное слово переходит с помощью добавления русского суффикса или префикса. Например, префикс пере- и суффикс -ать в сленгизме «перенайтать» - переночевать (образовано от английского слова «night»); суффикс -уть в сленгизме «лайкнуть» - одобрить какое-либо действие, фотографию или публикацию в социальных сетях, нажав на соответствующую кнопку (образовано от английского слова «like»); суффикс -ить в сленгизме «гуглить» - находить информацию при помощи поисковой системы «Google». Это тоже объясняется тем, что русский язык флективный, а английский - аналитический.

В русском сленге большую роль в образовании сленгизмов играет английский язык. Столь огромное количество англицизмов объясняется

несколькими причинами. Во-первых, английский является международным языком. Со знанием английского можно получить престижную работу за рубежом. Во-вторых, сама западная культура оказывает значительное воздействие. Всё, что там было популярно несколько лет назад или популярно сейчас, становится трендом и в России. В-третьих, использование английских слов облегчает общение молодых людей друг с другом. Такой способ помогает ещё больше сэкономить времени, потому что некоторые сленгизмы, заимствованные из английского языка, короче, чем слова из русского языка. Например, «плиз» (please) - пожалуйста; «трабл» (trouble) - проблема; «мерч» (сокращение от английского слова merchandise) - товар, продукция.

В русском сленге есть слова, заимствованные из других языков. Например, из испанского - «амиго» (amigo - друг); из итальянского - «чао» (ciao - пока); из немецкого - «аллес» (alles - всё, конец). Тем не менее в языке русской молодёжи намного больше сленгизмов, заимствованных из английского языка.

В целом интерес к западной культуре возник ещё задолго до появления интернета. В 50-ые-60-ые годы 20 века у русской молодёжи было модно использовать слова, заимствованные из английского языка. Например, «мани» (money) - деньги или «систер» - сестра. Некоторые сленгизмы советской эпохи современная молодёжь использует с тем же значением и по сей день.

В русском сленге есть даже слова из американского сленга. Например, сленгизм «пооб» использует как русская молодёжь, так и американская. В обоих сленгах это слово обозначает новичка в чём-либо (как правило, в компьютерных играх), у которого не хватает мастерства, и он постоянно проигрывает, жалуется на этот счёт, но не желает обучаться новым вещам. Недавно в русском сленге появился другой американский сленгизм - «бинджвотчинг» (binge - запой и watching - просмотр). Так называют процесс, когда человек смотрит весь сериал или целый сезон за один присест, не отрываясь; запойный просмотр сериалов. Тем не менее в русском сленге больше английских слов, чем американских сленгизмов. Это объясняется особенностями языка и культуры.

В американском сленге большую роль в образовании сленгизмов играет метафоризация. Например, в языке американской молодёжи есть много сленгизмов, обозначающих слово «голова», и все они образованы благодаря метафоризации: «brainpan» (кастрюля с мозгом), «upperstorey» (верхний ярус), «attic» (чердак), «nut» (орех). В американском сленге есть и много устойчивых словосочетаний, которые также образованы благодаря метафоризации. Например, сленгизм «spill the tea» переводится «сплетничать, раскрыть секрет». Эта фраза напрямую связана с беседами за чашечкой чая, так как во время таких разговоров легко рассказать чей-либо секрет. Или такой сленгизм как «puppy love». Это выражение дословно имеет значение «щенячья любовь», но в американском сленге оно означает «первая любовь», то есть юношеская. Как правило, юношеская любовь самая сложная для психики подростков вплоть до помешательства, и порой её можно сравнить с щенячьей любовью. Сленгизм «rack rat» дословно переводится как упаковочная крыса, но на самом деле так говорят о человеке, который никак не может расстаться со всяким хламом в своём доме. То есть он словно крыса в помойке.

Как показал подробный анализ истории развития американского сленга, в нём больше устойчивых словосочетаний, чем в русском. Например, «we are kind of a thing» - между нами что-то есть или «you're on a roll» - ты в ударе, тебя прёт. Чаще всего в языке американской молодёжи можно встретить адъективные и глагольные словосочетания: «wet blanket» - человек, который мешает хорошо проводить время и «air one's belly» - вырвать. В английском языке для глагола характерно присутствие предлога или послелога, в сочетании с которыми глагол образует фразовую единицу. В американском сленге фразовых глаголов много. Например, «check (something) out» - глянь-ка на это, зацени или «zone out» - витать в облаках. В русском языке таких глаголов нет.

Тем не менее, в русском сленге есть небольшое количество устойчивых словосочетаний. Например, «у меня лапки» - ироничная фраза, выражающая неспособность или нежелание выполнять какую-либо работу или действие.

### Выводы по 3 главе

Третья глава посвящена сравнительному анализу русского и американского сленга, в ходе которого были выявлены как общие, так и отличительные черты.

Оба сленга стали стремительно развиваться в начале-середине двадцатого века. На это повлияли такие исторические события, как войны и появление новых субкультур (стиляги в России и хиппи в США). В это же время у отечественных и американских лингвистов появился большой интерес к сленгу.

Общим для того и другого сленга является и то, что на них значительно повлиял интернет: социальные сети, различные сайты и приложения. Например, теперь молодёжь 21 века проводит большую часть времени, общаясь друг с другом в социальных сетях (Facebook, Twitter, Instagram) или в программах мгновенного обмена сообщениями (WhatsUp или Viber).

Также, как показал сравнительный анализ русского и американского сленга, интернет повлиял на словообразование сленгизмов. Появилось много слов благодаря усечению, стяжению и аббревиации. Кроме этого, так как образование сленгизмов происходит в большей степени в силу необходимости по-иному выразить свое отношение к уже существующим предметам и явлениям окружающей действительности, в языке русской и американской молодёжи используются типовые словообразовательные средства, как в литературных вариантах русского, так и английского языков. Например, аффиксация, метафоризация, иноязычное заимствование.

Существуют и характерные различия между этими двумя молодёжными языками.

Как показал анализ истории развития сленга, они имеют разные источники образования. Появление отечественного сленга связано с открытием в 1802 году императорского Дерптского университета. Американский сленг появился благодаря переселенцам из Великобритании.

Также в обоих сленгах произошли значительные изменения в 80-ые и 90-ые годы 20 века; разница была только в том, что на язык русской молодёжи

повлиял распад Советского Союза, который привёл кризису и отмене «железного занавеса», а на язык американской молодёжи - новая на тот момент субкультура хип-хоп.

Как показал анализ словообразовательных средств, в русском сленге большую роль в образовании сленгизмов играет английский язык. Это следствие того, что молодёжь тянется к Западу. Всё, что там было популярно несколько лет назад или популярно сейчас, становится трендом и в России. В американском сленге большую роль в образовании сленгизмов играет метафоризация. Также в нем много устойчивых словосочетаний и фразовых глаголов, которые тоже образованы благодаря переносу значений на основании сходства.

## Заключение

Данная работа была посвящена сопоставительному анализу русского и американского сленга на лексическом уровне.

В ходе этого исследования была изучена этимология и дано определение термину «сленг». Многие отечественные и зарубежные лингвисты пришли к выводу, что это неформальный язык, включающий в себя новые и иногда грубые слова или словосочетания, часто используемый определенной группой людей и, как правило, не употребляемый в деловой речи.

Следующим этапом работы было рассмотрение способов и источников образования молодёжного языка. Существует шесть способов пополнения сленговой лексики: усечение, стяжение, аббревиация, метафоризация, аффиксация, игра слов и звуков. Сленг пополняется благодаря двум главным источникам - внутренним заимствованиям (из других подязыков, региональных или социальных диалектов) или внешним (из других языков). При внешнем заимствовании изменения могут быть фонетические, словообразовательные и семантические. Что же касается функций молодёжного сленга, то все они тесно взаимосвязаны друг с другом и наиболее важными из них являются: коммуникативные и экспрессивные. Прежде всего сленг употребляется молодёжью в устной речи. В нём самое главное - установить контакт со сверстниками. Одновременно с этим сленг - это эмоционально окрашенная лексика. Ему присуща некоторая художественность, красота и изысканность. Эмоциональная окраска многих слов и выражений сленга отличается большим разнообразием оттенков, начиная от шутливой и иронической, и заканчивая грубой и иногда даже вульгарной.

В практической части данной работы был проведён сравнительный анализ русского и американского сленга на лексическом уровне, на основании которого можно сделать следующий вывод: между компонентами сленга есть как общие, так и специфические черты, отражающие национальный колорит русской и американской лингвокультуры. К общему относится то, что оба сленга используют те же продуктивные, типовые способы словообразования: усечение,

стяжение, аббревиация метафоризация, аффиксация, игра слов и звуков. Однако, при этом словообразовательные средства национально маркированы. Главное различие между этими двумя сленгами заключается в том, что в русском сленге большую роль в образовании сленгизмов играет английский язык, а в американском - метафоризация.

## Список использованных источников

1. Андросова О.Е. Студенческий жаргон как лингвосоциопсихологическое исследование // Стирая грани; источник: [http://sodmu.narod.ru/t\\_and.htm](http://sodmu.narod.ru/t_and.htm) (дата обращения 15.10.2020)
2. Анищенко О.А. Генезис и функционирование молодёжного социолекта в русском языке национального периода. – М: Флинта: Наука, 2010. – 280 с.
3. Анищенко О.А. Словарь русского школьного жаргона 19 века / О.А. Анищенко. М.: ЭЛПИС, 2007. 368 с.
4. Береговская Э. М. Молодёжный сленг: формирование и функционирование // Вопросы языкознания. – М.: Наука, 1996. – 241 с.
5. Бокова Я. М. Культурное влияние Запада на мировосприятие советской молодежи в период десятилетия Хрущева / Я. М. Бокова, О. А. Запорожцева. – Текст: непосредственный // История и археология: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). – Санкт-Петербург: Свое издательство, 2015. – С. 20-23. – [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/hist/archive/168/9285/> (дата обращения 16.11.2020)
6. Бондалетов В. Д. Социальная лингвистика. – М., 1987. – 160 с.
7. Григоренко О.В. Новые наименования лиц в современном русском языке. Словарные материалы / О.В. Григоренко. – Воронеж: Научная книга, 2009. – 517 с.
8. Иванова Г.Р. Функции сленга в речевой деятельности американских студентов. М.: 1990. 133 с.
9. Иванова Н.С. Язык молодежи и его субкультурная природа // известия уральского государственного университета. – 2007. No 50. – С. 122-128. – [Электронный ресурс]. URL: <http://hdl.handle.net/10995/23046> (дата обращения 17.10.2020)
10. Карпов Э.С. Функционирования сленга в контексте медиaprостранства интернета // Вопросы языкознания. М.: Наука, 2015. 150 с.

11. Копорский С.А. О культуре языка и речи молодёжи (20-ые годы) / С.А. Копорский // Русская речь. 1990. Номер 1. С. 88-97.
12. Лихачева, Ж.В. О способах заимствования в современном русском языке на примере молодежного сленга / Ж.В. Лихачева // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2017. – №4(30). – С. 48-52. – [Электронный ресурс]. URL: <https://rucont.ru/efd/639639> (дата обращения 25.10.2020)
13. Никитина Т. Г. Современный молодежный лексикон в лингвокультурологическом и лексикографическом аспектах: Монография. – Псков: Псковский государственный университет, 2012. – 328 с.
14. Никитина Т. Г. Так говорит молодежь. Словарь сленга. По материалам 70-90-х гг. – Изд. 2. – СПб.: Фолио-Пресс, 1998. – 281 с.
15. Никитина Т. Г. Толковый словарь молодежного сленга. – М.: АСТ, 2008. – 256 с.
16. Маковский М.М. Современный английский сленг: Онтология, структура, этимология. Изд. 3-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 168 с.
17. Помяловский Н.Г. Очерки бурсы / Н.Г. Помяловский. Л.: Худож. лит., 1971. 190 с.
18. Роткевич Е.Ж.: новейший словарь молодёжного сленга // Город 812: петербургский журнал. – 2019. – [Электронный ресурс]. URL: <https://gorod-812.ru/zhiza-noveyshiy-slovar-molodezhnogo-slenga/> (дата обращения 01.02.2021)
19. Рубцова Е.А. Молодежный сленг как противоречивое явление в современной лингвистике // Русистика. – 2009. – №1. – С. 19-25.
20. Руденко М. Ю., Исследование аргю, жаргона и сленга: вопросы терминологии. 2016, № 5(59) С. 127-134. – [Электронный ресурс]. URL: [www.gramota.net/materials/2/2016/5-3/35.html](http://www.gramota.net/materials/2/2016/5-3/35.html) (дата обращения 15.10.2020)
21. Сизов С. Д. Понятие и функции сленга / С. Д. Сизов, Ю. С. Сизова. – Текст: непосредственный, электронный // Юный ученый. – 2016. – № 5 (8). – С. 32-34. – [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/young/archive/8/533/> (дата обращения 17.10.2020)

22. Селищев А. М. Язык революционной эпохи: из наблюдений над русским языком последних лет (1917-1926) / – М.: Работник просвещения, 1928. – 248 с.
23. Сквородников, А. П. Экология современного русского языка и роль СМИ в этом процессе// Новая университетская жизнь, Сибирский федеральный университет – [Электронный ресурс]. URL: [gazeta.sfu-kras.ru/node/307](http://gazeta.sfu-kras.ru/node/307) (дата обращения 01.11.2020)
24. Телия В. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингво-культурологический аспекты. М.: ЯРК, 1996.
25. Хомяков В.А. Введение в изучение сленга - основного компонента английского просторечья. – Вологда, 2001
26. Швейцер А. Д., Никольский, Л. Б. Введение в социолингвистику – М.: Высшая школа, 1978. – 216 с.
27. Burke D. Street Talk... How to Speak & Understand American Slang. Los Angeles: Optima Books, 1993. 270 p.
28. Holloway E., ed.: W. Whitman. Complete Poetry and Selected Prose and Letters. Lnd., the Nonsuch Press, 1938. 1156 p.
29. Hotten J. C. The Slang Dictionary. – East Ardsley, Wakefield, Yorkshire, England: Republished by EP Publishing, Ltd., 1972c. – 382 p.
30. Jonathan E. Lighter Random House Historical Dictionary of American Slang. – Random House Reference, 1994. 1080 p.
31. Mencken H. L. The American Language. – Waking Lion Press, 2011. 482 p.
32. Mark Twain The Adventures of Tom Sawyer. – EMC Corporation. 1998. – 232 p.
33. King S. 11/22/63 [Электронный ресурс]. URL: [https://www.free-best-books.com/ScienceFiction/1063\\_63.html](https://www.free-best-books.com/ScienceFiction/1063_63.html) (дата обращения 06.02.2021).
34. Salinger J.D. The Catcher in the Rye [Электронный ресурс]. URL: <https://www.uzickagimnazija.edu.rs/files/Catcher%20in%20the%20Rye.pdf> (дата обращения 28.02.2021)

Список справочных изданий:

35. Елистратов В.С. Словарь русского арго / В.С. Елистратов. – М.: Русские словари, 2000. – 694 с.
  36. Захарова Л. А., Шуваева А. В., Словарь молодёжного сленга – Издательский Дом ТГУ, 2014. – 124 с.
  37. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. – М., 2000. – 707 с.
  38. Chapman R. New Dictionary of American Slang. – Harpercollins, 1986. 485 p.
  39. Urban Dictionary – <https://www.urbandictionary.com/>
  40. Partridge E. A Dictionary of Slang and Unconventional English. – N.Y.:Macmillan, 1984. – 533 p.
  41. Wentworth H., Flexner S. Dictionary of American Slang. – Crowell, 1960. 669 p.
- Источники фактического материала:
42. Eminem – Stan (Long Version) ft. Dido // YouTube [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gOMhN-hfMtY> (дата обращения 29.01.2021)
  43. JAY-Z – 99 Problems // YouTube [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=буикJTnmtgw> (дата обращения 29.01.2021)