

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ

**СЛЕНГ В РЕЧИ АМЕРИКАНСКИХ СТУДЕНТОВ УНИВЕРСИТЕТОВ
МЕРИЛЕНДА, США**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование,
профиль Иностранный язык (первый, второй)
очной формы обучения, группы 02051306
Малярчук Анастасии Васильевны

Научный руководитель:
к.ф.н., доцент
Ракова К.И.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. Сленг как разновидность нестандартного слоя лексики	5
1.1. Сленг в системе нелитературной лексики в трудах отечественных и зарубежных лингвистов	5
1.2. Возникновение и развитие сленга	12
1.3. Классификации и функции сленга.....	14
Выводы по ГЛАВЕ I	21
ГЛАВА II. Анализ функционирования и использования сленгизмов в речи студентов штат Мериленд, США	23
2.1. Характеристика исследуемого материала.....	23
2.2. Сленгизмы как отражение различных аспектов студенческой жизни	26
2.3. Анализ морфологических способов образования сленгизмов.....	36
Выводы по ГЛАВЕ II	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	47
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	49
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СЛОВАРЕЙ	53
СПИСОК ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА	54

ВВЕДЕНИЕ

Современный английский язык, которым пользуются носители языка, отличается от того, который учащиеся изучают в школе или университете. Такая разновидность языка, известная в методике как глобальный или международный английский язык, состоящий из необходимых и достаточных компонентов фонетического, лексического и грамматического материала является более простой по структуре и лексическому составу, чем язык носителей языка.

Английский язык жителей Великобритании, США, Австралии и Канады, как и любой другой язык, подвержен различного рода изменениям, поскольку он является отражением изменений во всех сферах жизни; поэтому иностранец, изучающий английский язык, порой с трудом понимает носителя языка.

Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью дальнейшего исследования такого лексико-грамматического пласта в языке и речи, как сленгизмы, которые подвержены постоянным изменениям и находятся вне рамок школьных и студенческих учебных программ.

Объектом исследования является сленгизмы, употребляемый в речи американских студентов в 2016-2018 гг.

Предметом исследования выступает изучение свойств американского студенческого сленга в 2016-2018 гг.

Целью настоящей дипломной работы является изучение специфики употребления сленговых единиц в речи студентов в микроблогах университетов Мериленда, США.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Определить понятие сленг в системе нестандартной лексики;
2. Изучить становления и развития сленга;
3. Выделить основные классификаций и функций сленгизмов;

4. Исследовать сленгизмы с точки зрения их тематической принадлежности;
5. Рассмотреть морфологические способы образования сленговых единиц.

Материалом исследования послужили сленговые выражения в количестве около 700 единиц, выделенные из официальных аккаунтов университетов Мериленда в социальной сети Твиттер(Twitter), а также из Ютьюб-каналов мерилендских студентов, размещённых в одноименной видеохостинговой компании Ютьюб(Youtube).

Теоретической базой для дипломной работы послужили основные положения отечественных и зарубежных лингвистов, таких как И.Р. Гальперин, В.Г. Вилюман, Э. Партридж, С. Флекснер.

Методика исследования включает метод компонентного и контекстуального анализа, количественный метод, метод наблюдения за субъектами — носителями американского варианта английского языка, метод сравнительного анализа полученного материала.

Апробация работы. Материалы исследования нашли отражение в статье: «Сленг в системе нестандартного слоя лексики в трудах отечественных и зарубежных ученых», опубликованной в сборнике студенческих работ «НИУ БелГУ» в 2018 г.

Структура и содержание работы представлено на 54 страницах и состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, списка использованных словарей.

ГЛАВА I. Сленг как разновидность нестандартного слоя лексики

1.1 Сленг в системе нелитературной лексики в трудах отечественных и зарубежных лингвистов

Отечественные и зарубежные лингвисты рассматривают две основные разновидности языка: литературный и нелитературный. Д. Э. Розенталь в словаре лингвистических терминов раскрывает понятие литературный язык следующим образом: «Литературный язык – нормализованный язык, обслуживающий разнообразные культурные потребности народа, язык художественной литературы, публицистических произведений, периодической печати, радио, театра, науки, государственных учреждений, школы и т.д. Литературный язык противопоставляется диалектам, просторечью, жаргонам» (Розенталь, 1985: 166).

В. Н. Ярцева в лингвистическом энциклопедическом словаре приводит такое определение: «Литературный язык – основная наддиалектная форма существования языка, характеризующаяся большей или меньшей обработанностью, полифункциональностью, стилистической дифференциацией и тенденцией к регламентации» (Ярцева, 1990: 270).

Указанные дефиниции подчеркивают нормированность литературного языка, способность обслуживать различные функциональные стили и функционирование в двух формах: письменной и устной речи.

В словарях-справочниках отсутствует понятие «нелитературный язык», однако все российские лингвисты выделяют разновидности так называемой «сниженной лексики», к которой они относят: диалектизмы, просторечье и жаргонизмы.

Рассуждая о формах языка, И. С. Трусова в работе «Литературный язык и нелитературные варианты языка» подчеркивает, что «Высшая форма

национального языка – это литературный язык, которым владеют люди, как правило, получившие высшее образование. Средством общения в среде недостаточно грамотных людей (преимущественно жителей городов) выступает просторечие. Жителям сельской местности свойственны различные диалекты. Существуют еще и жаргоны – профессиональный, молодежный и жаргон воровской, тюремный. Именно в таких формах существует наш национальный язык» (Трусова, 2005: 7).

Все виды нестандартной лексики привлекают внимание не только лексикологов, но также фонетистов, специалистов по стилистике и грамматике, которые изучают этот слой лексики с точки зрения различных языковых и речевых аспектов. Так, А. Я. Шайкевич определяет **диалект** как «видоизменение языковой системы, связанные с определенной территорией» (Шайкевич, 2005: 214). Он также указывает на то, что более крупные диалекты складываются в наречия, которые могут включать многочисленные говоры. Традиционно, исследователи выделяют 4 основных типа диалектов: северные, южные, восточные и западные. В частности, И. С. Трусова пишет о том, что «Современные русские диалекты объединяются в два наречия: южновеликорусское и северновеликорусское, между которыми проходит полоса средневеликорусских (переходных) говоров» (Трусова, 2005: 8).

В словаре лингвистических терминов О. С. Ахманова не отделяет диалект от других видов нелитературной лексики и определяет его как «разновидность (вариант) данного языка, употребляемая более или менее ограниченным числом людей, связанных тесной территориальной, профессиональной или социальной общностью и находящихся в постоянном и непосредственном языковом контакте» (Ахманова, 1966: 166).

Диалектизмы, в свою очередь, это слова из разных диалектов. Д. Э. Розенталь дает следующие определения:

1. «Диалектизмы – слова из разных диалектов, нередко используются в языке художественной литературы со стилистической целью (для создания местного колорита, для речевой характеристики персонажей).

2. Фонетические, морфологические, синтаксические, фразеологические, семантические особенности, присущие отдельным диалектам в сопоставлении с литературным языком» (Розенталь, 1985: 106).

В лингвистической литературе, наряду с диалектом, употребляется также термин просторечье, однако большинство лингвистов не дифференцируют эти понятия. Например, О. С. Ахманова приводит следующее определение: «Просторечие - слова, выражения, обороты, формы словоизменения, не входящие в норму литературной речи; часто допускаются в литературных произведениях и разговорной речи для создания определенного колорита» (Ахманова, 1966: 357). Д. Э. Розенталь, в свою очередь, дает другую дефиницию: «Просторечие – это слова, выражения, формы словообразования и словоизменения, черты произношения, не входящие в норму литературной речи, характеризующиеся оттенком упрощения, сниженности, грубоватости, часто используемые в литературных произведениях и разговорной речи как экспрессивные элементы. Одни исследователи рассматривают просторечие как слова и формы различного происхождения, однородные по своим стилистическим признакам, образующие один из экспрессивных стилей литературной речи, противостоящий таким стилям, как книжный, нейтрально-деловой и др. По мнению других лингвистов, просторечие — это отклонения от лексической, грамматической и произносительной нормы литературного языка, присущие массовой городской речи» (Розенталь, 1985: 395).

Следовательно, просторечие, в отличие от диалекта, не связано с какой-либо конкретной территорией и представляет собой речевую ошибку. И. С. Трусова также подчеркивает, что просторечные ошибки возникают на всех языковых уровнях: фонетическом, лексическом, грамматическом (Трусова, 2005:7).

Одним из видов нелитературной лексики выделяют **жаргон**, который, в свою очередь подразделяется на молодежный, профессиональный, воровской, тюремный. О. С. Ахманова определяет данное понятие

следующим образом: «Жаргон - язык, состоящий из более или менее произвольно выбираемых, видоизменяемых и сочетаемых элементов одного или нескольких естественных языков и применяемый (обычно в устном общении) отдельной социальной группой с целью языкового обособления, отделения от остальной части данной языковой общности, иногда в криптолалических целях» (Ахманова, 1966: 14).

В лингвистическом энциклопедическом словаре В. Н. Ярцевой дается более полное определение: «Жаргон - разновидность речи, используемой преимущественно в устном общении отдельной относительно устойчивой социальной группой, объединяющей людей по признаку профессии (жаргон программистов), положения в обществе (жаргон русского дворянства в 19 в.), интересов (жаргон филателистов) или возраста (молодёжный жаргон)» (Ярцева, 1990: 151).

Профессиональный жаргон традиционно воспринимается исследователями как наиболее распространенный вид нелитературной лексики, употребляемый членами какой-либо группы, с целью зашифровать собственную речь от посторонних людей. Так, И. В. Арнольд в своем пособии по лексикологии рассматривает профессиональный жаргон как «лексику, специфичную для какой-нибудь отрасли человеческой деятельности или профессии, но употребительную только в устном общении и, следовательно, не имеющую определений в специальной литературе» (Арнольд, 2002: 366).

В отличие от жаргона, сленг, несмотря на свою распространенность во многих языках, не имеет общепризнанной дефиниции в отечественной и зарубежной литературе.

В Большом энциклопедическом словаре даются сразу два определения сленга: «1. То же, что жаргон (в отечественной литературе преимущественно к англоязычным странам). 2. Совокупность жаргонизмов, составляющих слой разговорной лексики, отражающей грубо-фамильярное, иногда юмористическое отношение к предмету речи. Употребляется

преимущественно в условиях непринужденного общения: англ. junkie - наркоман, gal – девушка» (Прохоров, 2010: 768).

Такие составители словарей как О. С. Ахманова и Д. Э. Розенталь, также не различают сленг и жаргон. Однако в последние десятилетия лингвистами (И. Б. Голуб, И. С. Трусова) отмечается, что, в отличие от других видов жаргонов, «молодежный жаргон (сленг) не предназначен для того, чтобы сделать речь их носителей недоступной для посторонних лиц. Он является скорее «общественным развлечением». То есть через эту форму языка проявляется стремление молодежи подчеркнуть свой особый статус в обществе» (Трусова, 2005: 12). Кроме того, как отмечает И. Б. Голуб, автор учебного пособия «Русский язык и культура речи», появление сленга в речи молодежи связано «со стремлением молодежи ярче, эмоциональнее выразить свое отношение к предмету, явлению. Отсюда такие оценочные слова: потрясно, обалденный, клевый, ржать, балдеть, пахать, загорать и т.п.». «В устной речи молодежи жаргонизмы неистребимы, они придают ей живость, порой ироническую окраску. Но сфера их употребления узка: это устная речь, причем стилистически сниженная, нелитературная» (Голуб, 2003: 43).

Большой вклад в исследование сленга внесли труды И. В. Арнольд, которая определила сленг как «генетически весьма неоднородный слой лексики и фразеологии, имеющий ярко выраженный эмоциональный, оценочный и экспрессивный характер, бытующий в разговорной речи и находящийся вне пределов литературной нормы». Далее она подчеркивает, что «слова и выражения сленга имеют, как правило, синонимы в нейтральной литературной или специальной лексике, и специфичность их можно выявлять по сопоставлению с этой нейтральной лексикой» (Арнольд, 2002: 358).

В настоящее время понятие сленг рассматривается более широко, чем просто язык молодежи. В силу своей эмоционально-экспрессивной окрашенности, тяготению к шутке, иронии, присущим молодежи, сленговые единицы (слова и выражения) становятся привлекательными не только для

молодых людей: им активно пользуются люди старшего поколения, интеллигенция, средства массовой информации (Арнольд, 2002: 284).

Важно отметить, что во всех отечественных словарях, вплоть до XXI в. отсутствовали толкования сленговых единиц. Например, Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова 2001 года издания включает такое слово, как *тусоваться* в значении «собираться вместе для общения, совместного препровождении свободного времени», тусовка и т.д. В словаре С. И. Ожегова 1991 года издания эти слова не приводятся. Это объясняется тем, что долгое время в отечественной англистике и лексикографии отрицали существование сленга как некоторой единой категории, осознаваемой носителями английского языка. Вместо пометы «сленг» в предшествующих изданиях БАРС (Большой англо-русский словарь), под редакцией И. Р. Гальперина, использовался ряд помет — «жарг.», «прост.», «спец.», «проф.» и др. Ю. Д. Апресян восстановил помету «сленг» в НБАРС (Новый большой англо-русский словарь) в 1993 году, опираясь на практику английской и американской лексикографии по отношению к английским лексемам (Розина, 2005:16).

В трудах зарубежных лингвистов, в частности, в англоязычной лингвистике, приводятся дефиниции крупнейшего британского лингвиста-сленголога Э. Партриджа, который определял сленг «как сознательное, преднамеренное употребление элементов общелитературного словаря в разговорной речи в чисто стилистических целях: для создания эффекта новизны, необычности, отличия от признанных образцов, для передачи определенного настроения говорящего, для придания высказыванию конкретности, живости, выразительности, зримости, точности, краткости, образности, а также чтобы избежать штампов, клише.» Он также называет сленг квинтэссенцией разговорной речи «Slang, being the quintessence of colloquial speech, must always be related to convenience rather than to scientific laws, grammatical rules and philosophical ideals» (Partridge, 1964: 45).

Такие выдающиеся американские лингвисты как Ч. Фриз, Р. Спирс, С. Флекснер рассматривают сленг как обобщенное понятие, включающее различные типы нестандартной лексики, такие как жаргон, просторечия, диалекты и даже вульгарные слова. Они расширяют рамки сленга и рассматривают его как вокабуляр широких масс населения. Так, С. Флекснер, один из авторов «Словаря американского сленга» пишет: «Американский сленг представляет собой те слова и выражения, которые используются сравнительно большей частью широких слоев американского народа, или которые понятны ему, но по мнению большинства, не подходят для «хорошего», официального употребления их в речи» (Флекснер, 1967: 3).

Таким образом, мы приходим к выводу, что, при всей своей распространенности, сленг, в настоящее время, не имеет общепризнанной дефиниции, а многие исследователи этой категории слов либо отождествляют его с другими типами нестандартной лексики, либо рассматривают его как отдельную область функционирования разговорной лексики. В данной квалификационной работе мы будем исходить из определения И. В. Арнольд, по которому сленгом называется неоднородный слой лексики и фразеологии, имеющий ярко выраженный эмоциональный, оценочный и экспрессивный характер, бытующий в разговорной речи и находящийся вне пределов литературной нормы.

1.2 Возникновение и развитие сленга

Обращаясь к этимологии слова сленг, следует отметить, что у ученых до сих пор существуют сомнения относительно его происхождения. Эрик Парtridge, известный языковед и составитель языка сленга отмечает что, «сленг» был и в греческом и в латинском языках - ведь люди всегда стремились сделать речь более живой, украсить ее образными словечками и

фразами, переделывая и на свой лад непонятные и официальные слова. И во всех языках можно отметить эту тенденцию живой речи (Partridge, 1964: 42).

По мнению автора словаря современного сленга, Т. Торна (Blossombury Dictionary of Modern Slang), существует несколько версий возникновения слова «сленг».

Считается, что термин «сленг» впервые появился в Великобритании в XIX в. и использовался в качестве оскорбительной лексики. Позже термин стал использоваться шире, и обозначал тогда «незаконную» просторечную лексику (Partridge, 1964: 43).

По одной из распространенных теорий, англ. slang происходит от глагола sling («метать», «швырять»). Его связывают с архаическим фразеологизмом to sling one's jaw - «говорить речи буйные и оскорбительные». (это выражение вероятно возникло под влиянием родственных форм в других германских языках, включая аналогичное выражение в норвежском языке «slenja kleften» (Гальперин, 1956: 30).

Согласно другой версии, «сленг» происходит от slanguage, причем начальная буква s добавлена к language в результате исчезновения слова thieves; то есть изначально речь шла о воровском языке thieves' language (Partridge, 1964: 43).

В словаре разговорной лексики «Осторожно Hot-dog!» М. А. Голденков отмечает, что в 30-50-е годы из Америки в Европу, из-за развития кинематографа и музыкальной индустрии, шёл усиленный экспорт слов и выражений. В 60-е годы, благодаря британской рок-группе Битлз, этот процесс стал биполярным. М. А. Голденков подчеркивает, что в данный период активно шёл процесс проникновения сленговых выражений в речь: «Какое-нибудь словцо, прозвучавшее из уст любимого рок-музыканта или актера, легко подхватывалось молодежью. Где-то слово приживалось, где-то пропадало. И вот, лет через 10-15 оно в одном месте уже вроде как вошло в обиход, а в другом – нет, все еще сленг» (Голденков, 2005: 20). Есть все

основания полагать, что процесс обогащения английского языка сленговыми единицами, начавшийся в 60-х годах, продолжается и по сегодняшний день.

Традиционно сленг рассматривается как изменяемый слой лексики с непостоянным составом единиц, которые могут переводится из одного регистра в другой. Процесс исчезновения части сленговых выражений или их переход в слой разговорной лексики обусловлен социальными, культурными, психологическими и другими факторами (Торн, 2007: 27).

Как отмечает Т. Торн, существует несколько тенденций в развитии английского сленга в XX в. Прежде всего, увеличилось число слов, обозначающих внешний облик человека и его личностные характеристики. Появились многочисленные понятия для обозначения половых отношений, различных стадий и видов опьянений, постоянно растет число наименований различных наркотических препаратов. Заметно выросла уголовная лексика, а также лексика, связанная с алкоголем и наркотиками. Обновление языка активно осуществлялось через средства массовой информации и индустрию развлечений. Сравнительно новым явлением стало распространение сленга не только через бульварные, но и уважаемые газеты (Торн, 2007:28).

Развитие технологий, медиа средств и интернета, послужило новым толчком к сленготворчеству - занятию, связанному с изобретением новых слов. Стали появляться новые слова для обозначения тех или иных понятий. В молодежных кругах особенно распространено «сленготворчество». Это связано с тем, что молодежь всегда пытается мыслить нестандартно, и стремится выразиться как можно более творчески, «шифруя» свой язык, обособляясь тем самым от мира взрослых. Особенно ярко расцветает сленготворчество в периоды крупных социальных изменений, войн, экономических и культурных сдвигов, когда ощущается настоятельная необходимость именовать то новое, с чем приходится сталкиваться каждый день (Магомедова, 2013: 169).

Таким образом, исследуя проблемы, связанные с историей возникновения сленга, необходимо отметить, что в лингвистической

литературе отсутствуют точные данные о времени возникновения сленга в английском языке, однако изучение данного лексического явления началось во второй половине XIX в. Развитие сленга обусловлено различными фактами, такими как социальными, культурными, психологическими и другими. Основное внимание лингвистов уделяется изучению сленговых выражений, отражающих развитие современных областей экономики, культуры, науки и социальных отношений.

1.3. Классификации и функции сленга

В отечественной и зарубежной литературе существуют различные подходы к классификации сленга. В зависимости от обслуживания различных категорий населения, сленг рассматривается как общий и специальный.

В. Г. Вильюман, под общим сленгом понимал нелитературные слова, общепонятные и широко распространенные в разговорной речи, а также эмоционально – окрашенные устойчивые словосочетания, претендующие на новизну и оригинальность в этих своих качествах и выступающие синонимами слов и словосочетаний литературного языка (Вильюман, 1960: 136). И. В. Арнольд разделяет эту точку зрения и иллюстрирует это следующими примерами: *bed-sitter /bed-sitting room/, bob /shilling/, booze /a drink, to drink liquor/, to dry straight /to straighten up/, hide /human skin/, knock-out drops, dope /narcotic drops/* (Арнольд, 2002: 284).

Специальный сленг включает в себя слова и словосочетания, входящие в состав той или иной специальной или профессиональной лексики: сленг моряков, солдат, спортсменов, актеров, юристов, студентов и т.д.

Данную классификацию также можно проследить в работах таких отечественных лингвистов как Г. А. Судзиловский, А. Д. Швейцер и В. А. Хомяков, что свидетельствует об её универсальности.

В. А. Хомяков в своих работах, исходя из двух главных ареалов английского языка (британский – американский) и наличия двух слоёв сленга (общий и специальный), логично расширяет приведенную выше классификации и вводит:

- а. Общий сленг британского ареала,
- б. Специальный сленг британского ареала,
- в. Общий сленг американского ареала,
- г. Специальный сленг американского ареала (Хомяков, 1985:107).

По мнению В. А. Хомякова, в настоящее время не представляется возможность выделить отдельно австралийский, канадский и новозеландский сленг из-за отсутствия авторитетных справочных пособий по сленгу этих ареалов.

Согласно И.В. Арнольд, которая предложила классифицировать сленг по механизму его образования, сленгизмы могут образовываться посредством:

а. Аффиксации - присоединение аффикса к основе. Так, нос называется *smeller*, *sneezer*, *snorter* и т.п.

б. Сокращений, например: *monk* - *monkey*, *biz* - *business*, *varsity* - *university*. В общенародную лексику проникли *cab* - *cabriolet* и *bus* - *omnibus*. Распространены шуточные, часто грубые буквенные сокращения: *You'd better shut up PDQ* (*pretty damn quickly*); *on the QT* = *on the Quiet*; *D and D* (*drunk and disorderly*), *SOB* – (*son of a bitch*), *О.К.* и его антоним *NBG* (*no bloody good*).

в. Словосложения - получение новых слов, путем сложения нескольких основ, обычно сочетающееся с метафорическим переосмыслением: *eyewash* – очковтирательство, *brainwashing* – промывание мозгов, *backscratcher*, *lickspittle* - подхалим.

г. Синонимической аттракции или скопления синонимов для одного какого-нибудь понятия. Это явление характерно именно для сленга, где мы находим большие синонимические ряды со значением деньги, девушка (особенно интересная девушка), алкогольные напитки, бар, пьяный, красть, обманывать, фронт и т.п. В качестве примера можно привести многочисленные метафорические названия для головы: *attic, brain pan, hat-peg, nut, upper storey* и т.д. и для денег: *ballast, balsam, sugar*.

д. Заимствований, например: *hoax* мистифицировать из *hocus rocus, carouse* пьянствовать от немецкого «*Gar aus!*»

е. Каламбура, меняющего внутреннюю форму слова: *gust* вместо *guest*, *picture-askew*, т.е. «картина криво», вместо *picturesque*, *finance* вместо *fiance*, *drinketite* и *bitetite* в смысле *appetite* (Арнольд, 1986: 179).

Помимо способов образования, сленг также классифицируют по тематике, или, другими словами, по семантическому признаку. Выделяют следующие темы функционирования сленгизмов:

а. Сленговые единицы, связанные с повседневным жизненным укладом (*beef* - проблема, *dome* - голова, *to jet, jam* - идти, *monkey business* - бессмысленная работа, *to play hooky* - прогуливать занятия).

б. Сленг, описывающий человека, в том числе с:

- положительной коннотацией (*brain* - интеллигентный студент, *tough guy* - крутой чувак, *well-to-do* - богатый, обеспеченный, состоятельный).

- отрицательной коннотацией (*crack* - псих, *scut* - подонок, *pussy, pussycat* - трус, ничтожество, *rolling stone* - перекаати-поле (о человеке); бродяга; никчемный человек).

- нейтральной коннотацией (*Joe College Townie* - студент, живущий в городе, *fella* (сокращение от *fellow*) - дружище, старина).

в. Сленг, отражающий состояния и ощущения человека (*jammed* - расстроенный, *blew out* - находящийся в состоянии опьянения под воздействием марихуаны, *stewed* - пьяный).

г. Сленг, характеризующий автотранспортные средства (two wheels - велосипед, wheelbar - машина).

д. Сленговые выражения, обозначающие социальные отношения (blow off - игнорировать кого-либо; down with that - согласиться с к.-л.; to make eyes at - строить глазки; to snow - обманывать).

е. Сленг, передающий эмоции человека (woorty-woo! - выражение радости, badand - выражение недоверия, wow! - ух ты!, Jee! производное от Jesus, преобразовавшее в gee).

ж. Сленговые единицы, относящиеся к одежде (jewels - очень хорошая пара туфель, ics - от слова ice бриллианты, junk - одежда, тряпки).

з. Сленг, связанный с деньгами (duckets - деньги, loot - деньги, duck - доллар, cash - деньги, grand - тысяча долларов).

и. Сленговые выражения, отражающие процесс общения (Lighten up! - Расслабься! Shut up! - заткнись! There you go - Ура! Ну ты молодец! To hell with that! - хватит!).

к. Сленг, относящийся к молодежному времяпровождению (kegger, to rally - вечеринка, проводить вечеринку, BYOB - Bring Your Own Bottle/Beer, tea-party - вечеринка).

л. Сленг, описывающий учебу /gram - учить судорожно в ночь перед экзаменом, prof - профессор, grunt - усердный студент/ (Брагина, 1981; 173).

В зависимости от принадлежности к определённой группе общества, выделяются следующие основные виды сленгизмов:

а. Школьный (bio – биология, chem – химия),

б. Студенческий (freshman, freshie, fresh meat, scrub - первокурсник, Sophomore - второкурсник),

в. Интернетовский (сетевой) (XOXO – целую, обнимаю, ROFL – кататься по полу от смеха),

г. Журналистский (graf – абривиатура от слова параграф (paragraf), handout – подготовленный для публикации материал),

д. Молодёжный (slay – жги, crusin – все отлично),

- е. Армейский (АК - автомат Калашникова, АММО Боеприпасы),
- ж. Геймерский (GG - сокращение от Good Game – хорошая игра, AFK – away from keyboard, отошел от клавиатуры),
- з. Компьютерный (to polish glitch - отлаживать программу, three-finger salute - выход клавишами Ctrl-Alt-Del),
- и. Хакерский (frob – программка, fry - выйти из строя, fadge - "состряпанная" наспех программа),
- к. Наркоманов (agonies - ломка, ah-pen-yen – опиум, aimies - амфетамин),
- л. Субкультур /хиппи, мобберов, эмо и т. д./ (Крысин, 2000).

Э. Партридж, в зависимости от рифмующейся основы делит сленг на:

- а. рифмующийся сленг (rhyming slang),
- б. обратный сленг (back slang),
- в. срединный сленг (central or medial slang) (Партридж, 1964: с.269).

Рифмующийся сленг представляют собой несколько связанных слов, последнее из которых должно рифмоваться со словом, которое является истинным значением фразы. Как указывает Э. Партридж, это сленг возник в середине XIX века и до первой мировой войны был характерен для лондонского просторечия кокни. Речь, произнесенная на рифмующемся сленге, напоминает шифр, смысл которого без ключа не узнаешь. Рифмующийся сленг кокни достаточно распространен в современной английской речи, что иллюстрируют некоторые прочно укоренившиеся в повседневной речи выражения, приведенные Э. Партриджем:

«Let's have a butchers at that magazine» (butcher's hook = look) ·

«I haven't heard a dicky bird about it» (dickie bird = word)

Сущность обратного сленга заключается в том, что слова, как правило, переворачиваются, при этом приобретая дополнительное фонетическое искажение, характерное для кокни. Этот язык получил широкое распространение в середине прошлого века среди лондонских уличных торговцев, которые обычно находились в «особенных» отношениях с

полицией. Яркими примерами обратного сленга являются: Penny – уепер, look – cool, yes – say. Более того, были придуманы даже целые фразы, например: Tumble to you barrakin – understand you, cool to the dillo nemo – look at that little woman (Партридж, 1964: 272).

Следует отметить, что обратный сленг, наряду со срединным сленгом, характерен в основном для британских диалектов (кокни) и не прижился на американской почве. «Срединный сленг представляет собой скрытие формы слова путем его «рассечения» пополам и постановкой первой части слова перед второй, иногда с некоторыми дополнительными искажениями. Например: person – nosper, fool – oolfoo, sentimental – mentisental» (Партридж, 1964: 273).

В современном мире, подверженном глобализации и развитию межкультурных коммуникаций, где активно развиваются электронные технологии, появляются все новые виды сленгов, таких как: театральный, журналистский, компьютерный, игровой, сетевой, а также молодежный интернет-сленг и другие.

Лингвисты, изучающие сленг, подчеркивают большую их значимость, выделяя ряд функций.

Первой и основной функцией сленга Э. Партридж и Д. Кристал называют экспрессивную, эмоционально-оценочную. Использование сленгизмов в речи является наиболее доступным и простым способом эмоциональной разрядки и снятия нервного напряжения. Например, shark (Am.) – a very able student. Юмористический эффект достигается сравнением способных студентов с удачливым изворотливым морским хищником акулой (Артемова, 1979: 11).

В качестве второй функции указывают коммуникативную. Общение играет важную роль в жизни, благодаря чему происходит обмен социальным опытом, усвоение ценностей и передача информации. Например, cow (Am.) – a college in an obscure or remote place. Пейоративность выражена вторым словарным значением лексемы cow – «запугивать, усмирять»; так

информируют новичков о «природе отношений» в отдаленном, малоизвестном колледже (Иванова, 1990: 46).

Наряду с экспрессивной и коммуникативной функцией, выделяют также индивидуализирующую функцию. Использование сленга помогает утвердить свой статус и принадлежность к молодежной субкультуре. Например, *show* (Am.) – an accidental display of a woman's underwear or naked body. Диффузность семантики передана лексемой напыщенной коннотации *show* – «демонстрация, выставка»; здесь «изучение тела» через подглядывание (Иванова, 1990: 47).

Американские исследователи считают, что важную роль выполняет такая функция как «сокрытие информации». Стремление сохранить тайну, препятствовать утечке данных выражается в употреблении неожиданных словосочетаний, затрудняющей понимание для тех, кто не вхож в узкий круг носителей языка, объединенных общностью интересов и занятий. Например, *Mickey Mouse* (Am.) – a police. Героем детских мультфильмов назван страж порядка, чтобы избежать информирования непосвященных людей (Захарченко, 2009: 89).

Некоторые лингвисты (А. Артемова, В. Жирмунский, Т. Захарченко) называют также такие функции сленга как когнитивную, номинативную, коммуникативную, мировоззренческую, оценочную, эзотерическую и функцию экономии времени. Однако основной функцией сленга все лингвисты считают именно экспрессивную, что связано с самим понятием сленг, как с исторически сложившимся нестандартным, разговорным и экспрессивно окрашенным слоем лексики, носящим часто шуточный и грубоватый оттенок (Артемова, 1979: 16).

Таким образом, существует множество классификаций сленга, отличающихся друг от друга основой, на которой они базируются. В зависимости от обслуживания различных категорий населения различают общий и специальный сленг; от варианта языка – британский и американский сленг; от тематики – сленг, описывающий внешность человека, чувства,

состояния, социальные отношения и т.д.; по способу образования выделяют сленг образованный посредством аффиксации, сокращения, словосложения, заимствований и др.; в зависимости от рифмующейся основы – рифмующийся сленг, обратный и срединный; в зависимости от принадлежности к определённой группе общества, выделяются школьный, студенческий, журналистский и др. К основным функциям сленга относят экспрессивную, коммуникативную и индивидуализирующую

Выводы по ГЛАВЕ I

Выявление сущности понятия сленга является весьма сложной задачей в лингвистике, и на протяжении 200 лет трактовка дефиниции вызывает споры среди лингвистов, изучающих этот слой нестандартной лексики. Несмотря на этот факт, наиболее полной нам представляется дефиниция И. В. Арнольд, которая понимала под сленгом генетически неоднородный слой лексики и фразеологии, имеющий ярко выраженный эмоциональный, оценочный и экспрессивный характер, бытующий в разговорной речи и находящийся вне пределов литературной нормы.

Этимология изучаемого явления позволяет рассматривать «сленг» как социолингвистический феномен, возникновение которого обусловлено взаимодействием определённых социальных и профессиональных групп, в результате чего образовался пласт нелитературной разговорной лексики, отражающий особенности языка различных слоёв общества, характеризующийся яркой эмоционально-оценочной окраской и экспрессивностью.

Сленг выполняет самые разнообразные функции, которые тесно связаны между собой: коммуникативную, когнитивную, номинативную, экспрессивную, мировоззренческую, эзотерическую, идентификационную и

функцию экономии времени. Основной функцией из которых является, по мнению большинства сленгологов, экспрессивная.

Лингвисты, изучавшие сленг, выделяют также большое количество классификаций, базирующихся на разных подходах. Среди них классификации, рассматриваемые в зависимости от: обслуживания различных категорий населения (общий, специальный), механизма образования (путём аффиксации, сокращений, заимствований и т.д.), тематики (обиходная лексика, лексика, описывающая человека и т.д.), принадлежности к определенной группе общества (школьный, геймерский, сетевой и т.д.), наличия рифмующейся основы (рифмующийся, обратный, срединный).

Наличие различных классификаций и указанных функций свидетельствует о том, что теперь сленг можно представить, как более или менее упорядоченную лексико-фразеологическую систему с особенностями функционирования и сложными взаимосвязями, который, в отличие от жаргонизмов, поддаётся декодированию.

ГЛАВА II. Анализ функционирования и использования сленгизмов в речи студентов штат Мериленд, США

2.1. Характеристика исследуемого материала

Материалом для анализа сленгизмов послужили следующие источники:

1. Официальные аккаунты университетов Мериленда в социальной сети Твиттер (Twitter), содержащие актуальные новости учебного заведения с возможностью комментирования их студентами. В список аккаунтов вошли следующие университеты штата:

- Coppin State University @CoppinStateUniv
- Frostburg State University @meetabobcat
- Morgan State University @MorganStateU
- Salisbury University @SalisburyU
- St Mary's College @StMarysMD
- Towson University @TowsonU
- University of Baltimore @EubieBee
- University of Maryland @UMBaltimore
- Bowie State University @BowieState

2. Видеоканалы американских блоггеров-студентов Мериленда в видеохостинговой интернет-компании Ютьюб (Youtube):

- Andy Lalwani <https://www.youtube.com/user/andylalwani/about>
- MosaLingua <https://www.youtube.com/user/mosaLingua/about>
- The English Coach <https://www.youtube.com/channel/UCg0gSStENkYPXFRsKrlvyA/about>
- Interactive English <https://www.youtube.com/channel/UC2SUoo36iHgVLEK7EEVPIFQ/about>

- Linguamarina <https://www.youtube.com/channel/UCAQg09FkoobmLquNNNoO4ulg/about>
- LinguaTrip TV <https://www.youtube.com/channel/UCVHjF4F2gI1LsqDYqPajjRA/about>
- Bridget Barbara <https://www.youtube.com/channel/UCqILnGzWyjqnPFqS2e1yVWQ/about>
- Naheema Eshe' https://www.youtube.com/channel/UCZg4Sa3UfO-JFgLG1Xb-7_g/about
- Treaaa B <https://www.youtube.com/channel/UCL4HBVYasgtsarB9qTS S85QQ/about>
- 301remdawg <https://www.youtube.com/channel/UCiAwhLcgo7uHQACDiM6QAQ/about>
- Mia and Lee <https://www.youtube.com/channel/UCIw7DrldbJ1dz1EuvnmTerw/about>

Из всего корпуса примеров около 70% приходится на сленгизмы, используемые в речи студентов университетов в Балтиморе - крупнейшем городе штата, а именно в университете Коппина, университете Моргана, университете Мериленда и университете Балтимора. Данные учебные заведения являются одними из старейших в штате: образованные в 1900, 1867, 1807 и 1925 годах соответственно, они являются ведущими учреждениями на национальном уровне по числу заявок, полученных от выпускников афроамериканских высших учебных заведений. Несмотря на небольшую численность студентов (6-8 тыс.), многие из них используют в своей письменной в социальной сети многочисленные сленговые выражения.

Оставшиеся 30 % сленга приходится на студентов других университетов и колледжей Мериленда, находящихся в периферийных зонах штата. К ним относятся университет Фростбург, университет Солсбери, колледж Святой Марии, университет Тоусена и университет Боуи. Их отличает большая численность студентов (до 25 тыс.), но их отдаленность от

крупных населенных пунктов, таких как Балтимор, Аннаполис и др., отсутствие насыщенной ночной жизни и развлекательной среды объясняет меньшее количество сленговых выражений в их речи.

В отличие от микроблогов в социальной сети Твиттер, в которых представлена исключительно письменная форма выражения речи, видеоканалы американских студентов дают более полную картину об особенностях использования и функционирования сленгизмов в живой разговорной речи. В данном случае, мы не только рассматриваем сленг в контексте высказывания, но также можем догадаться об имплицитном значении сленгизмов по невербальным средствам коммуникации, таким как мимика и жестикуляция, интонация и тональность голоса, темп и связанность речи, эмоциональность и манера говорения и др.

Интересен также тот факт, что сленг штата Мериленд, который расположен на северо-востоке страны и относящийся к так называемой «Новой Англии» принципиально отличается произношением и акцентом от того, который используют в западной и южной Америке, которую в свое время населяли в большинстве своем французы и чернокожие рабы, оставившие отчётливые следы в американском диалекте. Из-за наличия в стране трех основных диалектов, в настоящее время можно заметить следующую тенденцию: жители из штата Калифорния, где чрезвычайно большое количество представителей различных субкультур и творческих людей, не всегда понимают своих сограждан из Северо-восточных регионов, чей английский скорее напоминает британский вариант языка нежели американский.

Поскольку на формирование и использование сленгизмов влияет также временной фактор, при их исследовании всегда устанавливается временной индекс. В настоящей квалификационной работе рассмотрены сленгизмы интервала 2016-2018 годов. В целом было проанализировано 700 единиц сленговых выражений, из которых 300 единиц было взято из аккаунтов

университетов в социальной сети Твиттер, и 400 единиц сленга отобрано из Ютьюб-каналов американских студентов штата Мериленд.

2.2. Сленгизмы как отражение различных аспектов студенческой жизни

В ходе исследования было установлено, что все отобранные единицы сленга составляют по меньшей мере 3 тематических слоя, к которым относятся: слой лексики, описывающий человека как с положительной, так и с отрицательной коннотацией, слой лексики, относящийся к развлекательной стороне жизни молодежи и слой лексики, затрагивающий учебную деятельность студентов и их жизнь в кампусах.

Самый большой по численности слой лексики – сленг, описывающий человека, причем соотношение позитивных и негативных качеств составляет приблизительно 60 на 40%, где 60 % падает на положительные характеристики человека. Это связано скорее с ментальностью американцев, которые гораздо охотнее говорят друг другу комплименты, нежели обращают внимание на отрицательные черты характера или внешности. Похвала и выражение одобрения в Америке воспринимается не только как вежливость, но и как поддержка человека, помогающая ему поверить в свои силы.

Сленг, описывающий человека с позитивной коннотацией можно условно разделить на:

- Сленг, описывающий характер человека

They adore her because she is sweet. (Y9) Они восхищаются ею, потому что она приятная девушка.

Прилагательное *sweet* которое зачастую воспринимается как нечто, имеющее отношение к сладостям, в данном примере является сленгизмом и синонимом таких слов как *nice u pleasant*. Примечателен также тот факт, что

слово *sweet* может использоваться не только в качестве характеристики человека, но и в качестве реакции на какое-либо радостное событие, например:

I just won a million dollars? SWEETTTTTT!!!! (UD) Я что, выиграл миллион долларов? ОБАЛДЕТЬ!

В приведенном примере иллюстрируется восторг и удивление человека, выигравшего в лотерее.

Популярным сленгизмом, описывающим удивительные поступки человека является выражение *killed it*.

Patty said something funny then wouldnt shut up about it, she killed it. (Y10)
Пэтти сказала что-то смешное и потом не могла успокоиться, она просто всех убила!

В данном случае глагол *to kill* совпадает в своем значении с русским сленгом «убивать», в значении приятно шокировать.

Для того, чтобы подчеркнуть неординарность и дерзость характера, а также неподчинённость устоям социума, широко используется сленгизм *savage*.

This kid's a savage! (Y3) Этот ребенок сорвиголова!

Близок к нейтральной коннотации, но все же является положительной чертой характера сленгизм *laid back*, который показывает невозмутимость и безмятежность человеческого характера, например:

Joe: Is Jason all ticked off that we took his food from the fridge?

Jonny: Nah, he's so laid back. (UD)

- Джейсон знает, что мы взяли его еду?

– Не-а, ему вообще всё равно

В этом примере подчеркивается спокойное отношение Джейсона по отношению к тому, что его друзья взяли еду из его холодильника, без его на то согласия.

- Сленг, описывающий внешность

Для описания эффектного внешнего вида, американцы используют большое количество сленговых выражений, таких как: *spiffy*, *bomb*, *crisp* и другие.

Обычно сленгизм *spiffy* используется для описания элегантности и миловидности каких-либо материальных вещей, таких как одежда и обувь, например:

I got some new boots yesterday. They are spiffy! (Y11) Я купила новые туфли вчера. Они такие милые!

Однако, при описании человека, студенты Балтимора отметили, что используют это слово чаще как комплимент фигуре девушки. *Spiffy* в понимании балтиморцев – это наличие спортивной подтянутой фигуры, синонимом выступает слово *fit*.

Oh Jane! You've changed a lot! So spiffy! (UD)

В данном примере делается комплимент девушке по поводу ее фигуры, отмечаются позитивные изменения и говорится о том, как теперь она здорово выглядит.

Комплиментом по поводу идеальной фигуры и внешности является также сленгизм *bomb*. Примечателен также тот факт, что в русском языке, также до сих пор довольно широко употребляется сленгизм *бомба*, также при описании превосходного внешнего вида или фигуры девушки.

Daughter: How do I look like?

Mom: THE BOMB! (Y10)

На вопрос дочери как она выглядит, мама отвечает: Потрясающе!

Для выражения заинтересованности, а также невозможности отвести взгляд американцы нередко используют сленгизм *dope*, который в формальной речи обычно употребляется для обозначения различных видов наркотических веществ.

Man, she's dancing so hot, she's a dope! (Y4) Мужик, она так танцует, что невозможно оторваться.

Данный пример характеризует завораживающие танцы девушки и невозможность отвести от неё взгляд.

Сленгизмов с отрицательной коннотацией существует немало, однако следует отметить, что в отличие от русского языка, в американском варианте английского языка практически отсутствуют сленгизмы, описывающие внешние недостатки человека. Обычно сленг с негативным смыслом разделяется на:

- Сленгизмы, описывающие поведение

Наиболее употребляемое слово, описывающее неприятного и странного человека (обычно парня), сленгизм *creep*, который также может использоваться для обозначения слишком навязчивых парней. Например:

He is such a creep. Who would want to go out with him? (UD) Он же такой противный. Кто захочет с ним пойти куда-либо?

Девушка говорит о парне, с которым, по её мнению, никто не захочет пойти на свидание, и считает его отвратительным. Другим интересным сленгизмом, описывающим девушку, которая часто оказывается в центре любых скандалов и привлекающая внимание к своей персоне, является выражение *drama queen*, например:

Mary blows everything out of proportion! She's such a drama queen! (Y8)
Мэри всегда раздувает из мухи слона! Настоящая королева скандалов!

В этом предложении подчеркивается тот факт, что девушка любит раздувать скандал по любому поводу.

С развитием телевидения и в последние годы интернета и социальных сетей, все больше появилось людей, ведущих слишком ленивый и малоподвижный образ жизни. В связи с этим, появился новый сленгизм *coach potato*:

It's beautiful outside and all you want to do is watch football. Don't be a couch potato! (T3) На улице такая хорошая погода, а ты только и делаешь что смотришь футбол. Не будь ленивой сарделькой.

- Сленгизмы, описывающие настроение человека

К сленговым выражениям, описывающим отрицательное состояние человека, относят множество слов, таких как: *salty*, *rumbumb*, *snoopy*, *irky* и другие.

Достаточно популярным сленгизмом в этой категории является слово *salty*, которое имеет косвенное отношение к соли и означает человека, находящегося не в лучшем расположении духа:

She was salty because she lost the game. (Y2) Она расстроена, потому что проиграла.

В данном случае подчеркивается тот факт, что состояние *salty* появляется вследствие поражения или неудачи и передает удрученность, отчаяние и печаль человека.

Выражение подавленности также демонстрирует словосочетание *to feel blue*, например:

I screwed up, this has got me feeling blue. (Y9) Я облажался, и это вводит меня в депрессию.

Глагол *screw up* также является распространенным сленговым выражением, означающее провал в любого рода деятельности. Более сильный вариант в форме арго – *fu*ked up*, например:

*We fu*ked up yesterday because you didn't show up.* (UD) Из-за того, что ты не пришел, мы облажались.

Для того, чтобы подчеркнуть, что человек очень раздражающий, чаще всего используются прилагательное *irky* или глагол *to blow*, например:

Tanisha's irky af, always tryna start an argument. (UD) Таниша ужасно раздражает, всегда со всеми пререкается.

В данном примере *af* также представляет собой выражение в форме арго «*as f**k*», означающее наивысший признак объекта.

Для выражения гнева и возмущения используется сленгизм *to blow somebody*, например:

You blowing me! (Y5) Ты взрываешь мне мозг!

Стоит отметить, что первое значение глагола *to blow* является «взрывать», но, как и в русском языке, это относится по большей части к различному виду взрывчаткам и бомбам. Сегодня, в обоих языках, молодежь употребляет его в отношении друг друга при выяснении отношений.

В ходе исследования данного тематического слоя было установлено, что соотношение позитивных и негативных качеств составляет приблизительно 60 на 40%, где 60 % падает на положительные характеристики человека.

Вторым слоем наиболее частотной сленговой лексики является сленг, относящийся к развлечениям или времяпровождению студентов, который можно условно разделить на:

- Сленг, выражающий эмоции, связанные с шумным весельем, вечеринками

Для того, чтобы спросить о планах на вечер, широко используется сленгизм *move*, который выступает в роли существительного и означает любой вид веселого совместного времяпровождения, например:

Where's the move tonight? (T2) Где сегодня движ?

В русском языке существует идентичный сленгизм «движ», также образованный от глагола *двигаться*.

Без употребления напитков, содержащих какое-то количество алкоголя и наркотических веществ, не обходится практически ни одна вечеринка в американском баре, кафе или общежитии. В настоящее время существует достаточно большое количество алкогольных напитков, а сленговых единиц этих понятий существует еще больше, например:

That lean had me sleepin for 2 days straight. (Y2) Я два дня спал после лина.

Следует отметить, что в русском сленговом языке отсутствует данное понятие, означающее подобный вид напитка, состоящий из двух разновидностей наркотических веществ, смешанных с содовым напитком Спрайт (Sprite).

Среди студентов-старшекурсников университетов США курение марихуаны является очень популярным времяпрепровождением, учитывая тот факт, что во многих штатах это официально разрешено. И для этого занятия придумали достаточно большое количество сленговых выражений, например: *rep the set, blow dro, pot, leaves, hit the gas* и так далее.

Pass that bud, lemme hit it. (UD) Передай мне это, я вдохну.

В данном случае глагол *hit* используется как сленгизм в значении вдыхания марихуаны.

Для описания состояния алкогольного или наркотического опьянения используется достаточно большое количество выражений, среди них *wasted, smashed, wrecked, high* и другие. Наиболее употребительным считается сленгизм *lit*, например:

He's so lit he can't even talk! (Y2) Он так накидался, что уже не может говорить.

- Сленг, имеющий отношение к спокойному времяпровождению

Несмотря на всю популярность шумных веселых вечеринок, многие студенты не заинтересованы в таком виде досуга и предпочитают этому спокойные прогулки или посиделки дома.

girl: where were you saturday?

guy: just home chilling. (T4)

-Где ты был в субботу?

-Чилил дома.

Chilling – универсальное слово, означающее проведение времени в каком-то тихом месте, наслаждаясь обществом, атмосферой и разговорами. Примечателен также тот факт, что данное слово перекочевало из английского в русский язык и активно используется младшим поколением нашего общества

Интересным выражением является *Netflix and chill*, означающее совместный просмотр популярного телеканала с преимущественно

молодежными сериалами. Приглашение посмотреть телевизор дома на диване выглядит следующим образом:

Guy: Hey I'm bored. Wanna Netflix and chill at my place?

Girl: Sure buddy! I'll be there soon. (Y5)

В данном случае Нетфликс – название телеканала, а само выражение *Netflix&chill* выступает в роли глагола.

В результате анализа тематической группы *развлечения*, мы выяснили, что 70% единиц относятся к сленгу, представляющему шумные и веселое времяпровождение студентов, а только 30 % сленга относится к спокойным видам развлечений. Это объясняется большой популярностью шумного вида отдыха, доступностью алкоголя и наркотических веществ и непреодолимым желанием молодежи брать от жизни всё и проживать каждый день, как последний.

Еще один отмеченный нами тематический слой сленговых выражений относится к основной деятельности студентов – учебе и жизни в общежитиях. В данном реестре мы выделили:

- Сленг, означающий общеуниверситетские понятия

Такое понятие как *университет*, американцы, как и русские, не предпочитают говорить полностью.

I'm got classes at uni this afternoon. (T1) У меня пары в обед в универе.

Примечательно также, что данный сленгизм уже приживается в русском языке, особенно эту тенденцию можно проследить среди студентов, изучающих иностранные языки. Однако произношение данного слова воспроизводится на латинский манер: *Идешь в уни сегодня?*

Для обозначения общежития, используется слово *dormitory* или его сленговый аналог *dorm*.

It's time to go back to the dorms. (T6) Пора возвращаться в общагу.

С развитием интернета, всё большей популярностью пользуется дистанционное образование, при котором студент может получить

полноценное образование «не вставая с дивана». Отсюда и следующий сленгизм *couch college*.

If you don't have a desk, you are in couch college. (T9) Если ты не за партой, то ты на дистанционном обучении.

Стоит отметить, что данный сленгизм в настоящий момент не имеет аналога в русском языке.

В английском языке существует такое сленговое выражение как *suitcase college*, означающий колледж для иногородних людей, которые, как правило, на выходные отправляются домой.

It'd be great to hang out some Friday night here if this weren't such a suitcase college. (T9) Было бы классно затусить как-нибудь в пятницу вечером, если б только не надо было ехать домой на выходные.

В данном случае, невозможно перевести сленгизм ближе к тексту, из-за отсутствия данного понятия в русском языке.

Еще одним примером сленга в колледже является выражение *college drama*, знаменующее любое нашумевшее событие, за которым следит все учебное заведение. Это могут быть балы, конкурсы красоты, взаимоотношения старшеклассников и т.д.

- *What's between them?*

- *IDK, tired of this college drama.* (T3)

На вопрос девушки, что происходит между студентами-старшеклассниками, подруга отвечает, что не знает и устала от шумихи по этому поводу.

- Сленг, характеризующий студенческую деятельность

Интересным сленгизмом в этом разряде считается слово *finesse*, означающее умение ловко выйти из затруднительной ситуации. Такой навык в России называется изворотливостью, и приобретает он преимущественно в студенческие годы.

I finessed that test. (Y4) Я выкрутился на контрольной.

Следующее студенческое выражение *to be woke* означает быть осведомленным о последних новостях университета, например:

I can't believe she doesn't know what's going on, or why it's a problem. She is so not woke. (Y10) Не могу поверить, что она не понимает, что происходит, и в чем, собственно, проблема. Она как с неба упала.

Сленгизм *crash* не имеет ничего общего со своим первоначальным значением. В студенческой среде этот глагол используется в значении «неожиданно уснуть», например:

Dude, i'm going to go crash. See you later. (UD) Чувак, меня сейчас вырубит. Увидимся.

The speech was so boring that several people in the audience nodded off before it was finished. (T3) Речь была настолько скучная, что несколько человек уснули еще до того, как все закончилось.

В данном случае сленгизм *to nod off* является синонимом слова *to crash*.

Для выражения любого рода неудачи, не только в сфере студенчества, американцы часто используют такие сленговые выражения как *bust* и *epic fail*, например:

Man, nothing went right, today was a total bust. (T1) Чувак, ничего не было хорошо, сегодня это был полный провал.

- *Sara was just sitting on her skateboard, then ended up with road rash.*

- *EPIC FAIL!* (T4)

- Сара просто сидела на скейте, а в итоге все закончилось порезами и ссадинами.

– Жесть!

В данном тематическом слое соотношение сленгизмов, содержащих общеуниверситетские понятия и сленгизмов, отражающих студенческую деятельность примерно одинаково.

Таким образом, проанализировав корпус сленгизмов, мы выяснили, что они формируют 3 больших тематических слоя: сленгизмы, имеющие отношение к описанию внешних и внутренних, позитивных и негативных

качеств человека, к сфере развлечений, а также затрагивающие учебную деятельность и жизнь в кампусах. Из всего количества сленговых единиц 40% падает на те, которые имеют отношение к описанию черт человека, приблизительно 40% относятся к сфере досуга и развлечений, и всего 20% принадлежит сленгизмам, описывающим студенческую жизнь в университетах и общежитиях.

2.3. Анализ морфологических способов образования сленгизмов

По морфологической структуре все изученные сленгизмы распадаются на 5 больших разрядов:

- сленгизмы, образованные с помощью словосложения;
- сленговые выражения, сформированные посредством аббревиации;
- сленгизмы, полученные в результате сокращений;
- сленговые единицы, созданные при помощи конверсии;
- сленгизмы, образованные путём аффиксации.

Самым частотным средством образования английских сленгизмов в речи американских студентов штата Мериленд является **словосложение** – сложение двух и более основ в одно слово, которое может писаться как слитно, так и через дефис. К сложным словам-сленгизмам, образованных данным путем относятся в большинстве своем существительные, но также существует немало примеров составных глаголов и имён прилагательных.

Анализ сленгизмов в речи американских студентов показал, что 45% сленгизмов, образованных с помощью словосложения являются существительными, например,

1. - *Why are they together?*
 - *Cause she's a friendstealer. (Y3)*
 - Почему они вместе?

- Потому что она уводит чужих друзей.

2. *Yesterday when I told my secret to my friend, next day everyone knew my secret gosh! my friend is blabbermouth!* (T2) Когда я рассказала секрет своей подруге, на следующий день все о нём знали! Моя подруга не умеет держать язык за зубами!

3. *Must be all the deadheads went outside.* (Y5) Должно быть все дураки вышли на улицу.

В первом примере сленгизм *friendstealer* образован из двух существительных *friend* (друг), и *steal* (кража). *-er* выполняет роль продуктивного суффикса, придающего слову смысл исполнителя действия. Следовательно, несложно догадаться о значении самого сленгизма *friendstealer*. В данном случае, существительное *friendstealer* уместнее перевести на русский язык используя глагольную конструкцию «уводить друзей», так как она более употребительна в русской разговорной речи.

Во втором примере сленгизм *blabbermouth* образован от глагола *babble* (болтать) и существительного *mouth* (рот). Следовательно, данное выражение можно дословно перевести как болтливый рот или болтун (болтушка).

В третьем случае сленгизм *deadhead* образован от двух основ: прилагательное *dead* (мертвый, не функционирующий), и существительное *head* (голова). Отсюда очевидно можно предположить, что сленгизм имеет аналог в русском языке – безмозглый, дурак и т.д.

Достаточно большой процент сленгизмов, сформированных при помощи словосложения, падает на глаголы (приблизительно 35%), например,

1. *And we talk and window-shop till I've forgotten all their names.* (T6) И мы разговариваем и смотрим на витрины магазинов, пока я наконец не забываю их имена.

2. - *Write her a message!*

- *I dunno how, she just Faceborted.* (T8)

- Напиши ей!

- Я не знаю как, она удалилась из Фейсбука.

3. *I needed that A so I sweet-talked Dr. Henderson.* (Y8) Мне это нужно было, поэтому я его уговорила.
4. *Stop mansplaining to me!* (Y10) Перестань говорить со мной как с глупой!

В первом случае сленговый глагол *window-shop* состоит из двух имён существительных *window* (окно) и *shop* (магазин), и означает любимый большинству женщин процесс бесцельного хождения по магазинам и любованию витринами.

Второй пример имеет отношение к молодежному интернет-сленгу, употребляемый в неформальных переписках, и означает удаление своей интернет-странички из какой-либо социальной сети, в данном случае из Фейсбука (Facebook). Глагол *to Facebort* состоит из части имени существительного *Facebook* (популярнейшая в мире социальная сеть) и глагола *abort* (прекращать).

В третьем примере, глагол образуется посредством сложения основ имени прилагательного *sweet* (сладкий) и глагола *talk* (разговаривать). Очевидным является перевод сленгизма на русский язык: *sweet-talk* (сладко разговаривать) – уговаривать.

В четвёртом случае, глагол *mansplain* появился в речи американцев сравнительно недавно как результат развития феминизма в Америке. Он связан с тем, что мужчины, считая интеллект женщины гораздо менее развитым, часто разговаривают с ними или объясняют им некоторые вещи намеренно упрощённым языком, что очевидно оскорбляет чувства представительниц слабого пола. Сленгизм *mansplane* состоит из существительного *man* (мужчина) и глагола *explain* (объяснять), и означает объяснять с мужской точки зрения.

Имена прилагательные, созданные путём словосложения, образуют примерно 20% сленгизмов, полученных данным способом, причём они образованы в основном при сложении имени прилагательного с именем существительным. Например:

That goddamn wrech broke again! (Y3) Этот чертов гаечный ключ снова сломался!

В данном случае сленгизм-прилагательное *goddamn* состоит из имени существительного *God* (Бог) и прилагательного *damn* (проклятый), что в совокупности даёт эффект преувеличения признака.

- *Did you see her new Toyota Prius?*
- *Yeah I saw it. That's SO gluten-free!* (Y6)
- Ты видела ее новую Тойоту?
- Да! Она просто безупречная.

Надпись *Gluten-free* (Без глютена) обычно пишется на большинстве продуктов американской пищевой продукции. Однако в сленговом языке эта фраза описывает какой-либо материальный предмет, не имеющий никаких излишеств, изъянов. Данный сленгизм образован от существительного *gluten* (глютен) и прилагательного *free* (свободный).

Следующим по частотности способом образования сленгизмов является **аббревиация, включая акронимию**, которая стала особенно популярна в настоящий момент. Из-за развития социальных сетей, молодежь всё больше времени посвящает перепискам в интернете, используя при этом различные удобные и привычные сокращения, которые потом переходят и в устную разговорную речь. Например,

1. *Those shoes are G.o.a.t.* (T2) Эти ботинки лучшие в мире.
2. *Michael Jordan is the G.O.A.T.* (T5) Майкл Джордан является лучшим из лучших.
3. *Calvin is my B.A.E.* (Y10) Кельвин мне дороже всех.
4. *FYI, today is Carol's birthday.* (T2) Кстати, у Кэрол сегодня День рождения.
5. *I really don't think that dress looks good on you, t.b.h.* (T9) Я правда думаю что это платье хорошо на тебе смотрится, честно.
6. *Sirius and Sarah are my OTP.* (T4) Сириус и Сара моя любимая пара.

7. LMAOROTFBTCSTCNDBFOOTWIFOAGWLLBGWTHROOTSAIAKBAYB!

(T1) AXAXAXAXAXAXAXAXAXAX.

В первом и втором случае акроним *G.O.A.T.* не имеет ничего общего с мелким рогатым скотом (*goat*), а означает всего лишь популярную на сегодняшний день аббревиатуру выражения *Gratest of all time* – лучший из лучших, что одинаково можно применить и к каким-либо материальным предметам, и к описанию выдающейся личности.

В третьем примере довольно популярный акроним *B.A.E.* многими воспринимается как сленговый вариант слова *baby*, однако это не так. В молодежном американском сленге это выражение расшифровывается как *before anyone else* (быть для кого-либо на первом месте, в приоритете).

В четвертом случае сленговое вводное выражение *FYI* является ни чем иным, как аббревиацией *for your information* (к твоему сведению). Синонимичным сленгизмом является выражение *BTH-by the way* (кстати). Такие аббревиации особенно популярны в неформальных переписках, так как экономят время коммуницирующих людей.

В пятом примере еще одним популярным сленгизмом в интернет и смс-переписках является аббревиация *T.B.H.*, расшифровывающаяся как *to be honest* (если быть честным).

Шестой пример иллюстрирует интересную, с точки зрения лингвистики, аббревиацию *OTP* - *one true pairing*, означающей несуществующую пару, обычно героев из сериалов/фильмов, которую превозносят и восхваляют другие люди (фанаты данной несуществующей пары). Данное занятие особенно популярно среди подростков, идеализирующих своих кумиров и фантазирующих по поводу их любовных отношений.

Последний седьмой пример демонстрирует самую объёмную аббревиатуру в английском языке, описывающий реакцию человека на какую-либо максимально смешную ситуацию. Анализируемый сленгизм расшифровывается как *Laughing My Ass Off Rolling On The Floor, Biting The*

Carpet, Scaring The Cat, Nearly Dying By Falling Out Of The Window In Front Of A Guy Who Looks Like Bill Gates, Who Then Horrified, Runs Out On The Street And Is Accidentally Killed By A Yellow Bulldozer, и переводится как: *скрючился на полу от смеха, бью пол, пугаю кошку, которая уже почти выпала из окна на человека, похожего на Билла Гейтса, который, испугавшись, выбегает на дорогу и попадает под желтый бульдозер*. Следует отметить то, что данный сленгизм употребляется крайне редко и молодежь по-прежнему предпочитает писать LOL-laughing out loud (громкий смех) в качестве реакции на смешную фразу или событие.

Достаточно большое количество сленгизмов образовано с помощью **сокращения** литературных слов, употребляемых исключительно в неформальной обстановке, например:

1. *He is a good prof. I like him.* (T7) Он хороший профессор, мне нравится.
2. *Get out of my way and walk you stupid freshie!!* (Y2) Уйди с моей дороги, тупой первак!
3. *He's a physics wiz, I can tell!* (Y1) Он шарит в физике, я тебе говорю!
4. *Sup, dude!* (Y9) Здоров, чувак!

В первом примере сленгизма *prof* является сокращением от *professor* (профессор), что является широко распространённым сленгизмом среди всех американских студентов для обозначения не только профессоров университетов, но и студентов, разбирающихся в той или иной науке.

Второй случай иллюстрирует сленгизм, имеющий отношение к названию студентов какого-либо курса. *Freshie* представляет собой сокращение от сленгизма *freshman* (первокурсник), что в свою очередь образовалось от прилагательного *fresh* – зеленый, новенький. Студентов второкурсников в сленговом варианте называют *sophomore* или сокращенно *sopho*.

В третьем примере встречается сленгизм *wiz*, сокращённый от слова *wizard* (волшебник), означает человека, который имеет колоссальные(волшебные) знания или умения в какой-либо области.

Сленговое выражение *I can tell* синонимично выражению *For real*, означающее выражение стопроцентной уверенности и честности высказывания.

В четвертом случае сокращение *Sup*, произошло от приветствия-сленгизма *What's up?* (Здоров!). Несмотря на то, что оригинальный вариант приветствия всё еще достаточно популярен в штатах, афроамериканские студенты предпочитают использовать сокращенную версию приветствия.

Следующим типом образования сленгизмов в английском языке является **конверсия**, например:

1. *Boy you're so extra!* (Y8) Мальчик, ты слишком сильно стараешься!
2. *I took 3 Xanax, now I'm lit!* (Y4) Я принял три таблетки Ксанакса и мне хорошо!
3. *That's my boo.* (Y6) Это мой любимый.
4. *I ship Rose and Ten so hard! They're so cute together...(T3)* Я шипперю Роуз и Тен! Они такие милые вместе....

В первом случае, прилагательное *extra* (лишний, запасной) переходит в разряд существительных, и означает человека, который прилагает слишком много сил для какого-либо дела, без этого на то надобности.

Второй пример иллюстрирует переход слова *lit*, являющегося формой глагола *to light* в прошедшем времени, в разряд прилагательных, означающего сильную интоксикацию человека алкогольными или наркотическими средствами. В данном случае, Ксанакс (*Xanax*) является сильнодействующим антидепрессантом, вызывающим летальный исход при злоупотреблении средством.

В третьем примере междометие *boo* изначально использовалось для того, чтобы пугать людей, неожиданно выпрыгивая из-за угла. Однако, около 10 лет назад, оно приобрело второе значение в виде существительного, означающего человека, к которому испытываются самые положительные чувства, такие как любовь, дружба, привязанность и т.д.

Четвертый пример иллюстрирует сленгизм, который вызывает много трудностей с пониманием и переводом ввиду необычности данного понятия. Вот как объясняет этот процесс Urban Dictionary:

A ship is the couple. To ship something is to support the ship. Шип – это пара. Шипперить означает поддерживать эту пару. Следовательно, данный сленгизм имеет довольно отдалённое значение от своего первоначального (корабль). В данном случае, мы видим новообразованный глагол *To ship* (шипперить), образованы от существительного *ship* (пара), который уже прижился в русском сленговом языке, популярном среди молодежи.

Еще одним способом словообразования речи американских студентов Мериленда является аффиксация, которая распадается на префиксацию и суффиксацию, например:

1. *Game of thrones is so overrated!* (T5) Игра престолов сильно переоценена!
2. *Did you see Johnny? He's so uncool.* (Y6) Видела Джонни? Он такой лузер!
3. *Why you have to be so shady?* (T3) Почему нужно быть таким коварным?
4. *Kim knows everything about me! she's such a stalker!* (T8) Ким знает все обо мне! Она настоящая маньячка!

В первом примере используется достаточно популярный сленгизм *to overrate*, образованный из префикса *over* (пере) и глагола *rate* (оценивать), и означает переоценивать какие-либо понятия (обычно вещи, которые любят очень большое количество людей). Антонимом данной сленговой единицы является выражение *to underrate* (недооценивать).

Во втором случае прилагательное *uncool* состоящее из отрицательной приставки *-un* (не) прилагательного *cool* (крутой) означает некрутого человека. Ввиду отсутствия прилагательного *некрутой* в русской разговорной речи, вероятно, уместнее будет переводить это слово существительным *лузер, неудачник, ботан* и т.д.

В третьем примере сленгизм *shady* является прилагательным, образованным от существительного *shade* (тень) при помощи продуктивного суффикса *-y*, и означает человека двуличного и скользкого, готового на всё, чтобы выставить других людей в самом худшем свете. Сленговым глаголом, означающим *выставлять людей в плохом свете, унижать*, является сходное выражение *to throw shade*, например:

How does Kimmy keep any friends? Last night at the party all she did was throw shade at people. (Y7) Как у Кимми вообще могут быть друзья?

Вчера она только и делала что унижала их.

В четвертом примере существительное *stalker* образовано от глагола *stalk*(выслеживать, следить) и продуктивного суффикса *-er*, и означает человека, который буквально ходит за другим по пятам, следит за ними и знает о них мельчайшие подробности. В русском языке подобным сленгизмом является слово маньяк/маньячка.

Таким образом, проанализировав способы образования сленговых выражений, отобранных из речи студентов в социальных сетях, вы выделили из них 5 основных. Анализ показал, что самым распространенным способом образования сленгизмов является словосложение, которое сформировало около 33% единиц сленга, далее следует способ образования посредством аббревиации (около 25%), получение слов с помощью сокращений охватывает примерно 21% проанализированных сленгизмов, 15% сленговых выражений падает на конверсию и всего 8% слов образованы посредством аффиксации.

Выводы по главе II

В ходе исследования корпуса сленговых единиц из речи американских студентов университетов Мериленда, было установлено, что все сленгизмы образуют 3 больших тематических слоя: сленгизмы, имеющие отношение к описанию внешних и внутренних, позитивных и негативных качеств человека, к сфере развлечений, а также затрагивающие учебную деятельность и жизнь в кампусах. Из всего количества сленговых единиц 40% падает на те, которые имеют отношение к описанию черт человека, приблизительно 40% относятся к сфере досуга и развлечений, и всего 20% принадлежит сленговым единицам, описывающим студенческую жизнь в университетах и общежитиях, что свидетельствует о непопулярности данной темы разговора среди студентов.

Самым распространенным способом образования сленговых выражений является словосложение, которое сформировало около 33% единиц сленга, причём большинство слов (45%), полученных данным способом, относятся к разряду существительных, 35% к глаголам и менее 20% к прилагательным. На втором месте по частоте употребления находятся сленгизмы, образованные посредством аббревиации (около 25%). Следует отметить, что среди всех примеров аббревиатур, около 25% являлись акронимами. Получение слов с помощью сокращений охватывает примерно 21% проанализированных сленгизмов, причём 50% из них составляли имена существительные, 30% - имена прилагательные и 20% - глаголы. К сленговым выражениям, образованных посредством конверсии относится 15% от всего корпуса единиц, а аффиксация участвует в образовании всего в 8% сленгизмов, при том, что большинство из них (около 50%) относятся к прилагательным, 30% - существительные, меньше 15% - глаголы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящая квалификационная работа посвящена проблеме исследования сленга периода 2016-2018 годов на примере речи студентов из американских университетов штата Мериленд, США.

В первой главе квалификационной работы были изучены определения сленга, представленные отечественными и зарубежными лингвистами. На сегодняшний день сленг рассматривается как неоднородный слой лексики и фразеологии, имеющий ярко выраженный эмоциональный, оценочный и экспрессивный характер и находящийся вне пределов литературной нормы.

История становления сленга как социолингвистического феномена, возникла как результат взаимодействия определённых социальных групп. На развитие сленга влияют такие факторы как фактор времени, территории, варианта языка и различного рода социальные факторы.

Наличие различных классификаций, рассматриваемых в зависимости от механизма образования (путём аффиксации, сокращений, заимствований и т.д.), тематики (обиходная лексика, лексика, описывающая человека и т.д.), принадлежности к определенной группе общества (школьный, геймерский, сетевой и т.д.), наличия рифмующейся основы (рифмующийся, обратный, срединный); и указанных функций (коммуникативная, когнитивная, номинативная, экспрессивная, мировоззренческая, идентификационная и функция экономии времени) позволили представить сленг как упорядоченную лексико-фразеологическую систему с особенностями функционирования и сложными взаимосвязями.

Во второй главе представлены результаты анализа корпуса примеров, отобранных из речи студентов в микроблогах в социальных сетях. Исследование более 700 примеров сленговых выражения показало, что в английском студенческом сленге существует по меньшей мере 3 больших тематических слоя: сленгизмы, имеющие отношение к описанию внешних и

внутренних, позитивных и негативных качеств человека, к сфере развлечений, а также затрагивающие учебную деятельность и жизнь в кампусах. Примечателен тот факт, что сленговые единицы, относящиеся к прямой обязанности студентов - учёбе, занимают всего 20% из их лексикона, что ровно в 2 раза меньше, чем лексика относящаяся к тематическим слоям *описание человека и развлечения*.

Самым распространенным способом образования сленговых выражений является словосложение, которое сформировало около 37% единиц сленга, далее следует способ образования посредством аббревиации (около 25%), получение слов с помощью сокращений охватывает примерно 23% проанализированных сленгизмов, и 15% сленговых выражений падает на конверсию.

Сленг, как наиболее подвижный слой лексики является неотъемлемой частью национального языка, развивающегося в различных направлениях, который требует дальнейшего исследования, для того, чтобы осознать процессы формирования и функционирования единиц не только в рамках стандартной, но и нестандартной лексики.

Перспективы дальнейших исследований связаны с последующем изучением сленговых выражений, поскольку языковые процессы, развертывающиеся в студенческом сленге, делают его естественной экспериментальной средой для наблюдения над языковыми изменениями в социальном контексте.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. – М.: Изд-во «Высшая школа», 1986. – 296 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. – М.: Изд-во «Флинта», 2002. – 309 с.
3. Артемова А.Ф. К вопросу об эмоциональном сленге. // Проблемы синхронного и диахронного описания германских языков: Сборник научных трудов. – Пятигорск: ПГПИИЯ, 1979. – С. 10-18.
4. Астахова Н.В. Классификация жаргонизмов: Современные подходы[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/021-002.pdf> (дата обращения:07.04.2018)
5. Берестовская Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование // Вопросы языкознания. – 1996. – № 3. – С. 32-41
6. Брагина А.А. Лексика языка и культура страны. Изучение лексики в лингвострановедческом аспекте. – М.: Русский язык, 1981. – 177 с.
7. Вилюман В.Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке // Вопросы языкознания. – 1960. – № 6. – С. 137-140.
8. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография: избранные труды. т. 3. – М.: Наука, 1977. – 312 с.
9. Гальперин И.Р. О термине «сленг» // Вопросы языкознания. – 1956. – № 6. – С. 107-114.
10. Голденков М.А. Американский пирог. Словарь разговорной лексики. – Минск: Новое знание, 2005. – 304 с.
11. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: Логос, 2010. – 432 с.
12. Жирмунский В.М. Национальный язык и социальные диалекты. – Л.: Гослитиздат, 1936. – 298 с.

13. Захарченко Т.Е. Английский и американский сленг. – М.: Изд-во АСТ, 2009. – 133 с.
14. Иванова Г.Р. Функции сленга в речевой деятельности американских студентов // Когнитивные и коммуникативные аспекты английской лексики. – М.: МГЛУ, 1990. – 133 с.
15. Кристал Д. Английский язык как глобальный. – М.: Весь мир, 2001. – 240 с.
16. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык в конце XX столетия. – М.: Языки русской культуры, 2000. – 473 с.
17. Лаптева Ю.В. Функции молодежного сленга (на материале французского языка) // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». – 2012. – №1. – С. 158-161.
18. Магомедова А.Н. Особенности сленга социальных групп (на материале романа Дж. Селинджера «Над пропастью во ржи») // Language. Philology. Culture. – Махачкала: Изд-во ДГУ. – 2013. – №3 – С.166-182.
19. Маковский М.М. Современный английский сленг: Онтология, структура, этимология. – М.: ЛКИ, 2007. – 168 с.
20. Маковский М.М. Язык как феномен: Избранные статьи по общему языкознанию, лингвокультурологии, германистике, топонимике и грамматике. – М.: ЛЕНАНД, 2014. – 264 с.
21. Маслов Ю.С. Введение в языкознание – М.: Высшая школа, 1987. – 231 с.
22. Нелюбин Л.Л. Введение в технику перевода (когнитивный теоретико-прагматический аспект). – М.: Флинта: Наука, 2009. – 216 с.
23. Нелюбин Л.Л. Лингвостилистика современного английского языка. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 125 с.
24. Реформатский А.А. Введение в языковедение: Учебник для студентов филологических специальностей высших педагогических учебных заведений. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 536 с.

25. Розина Р.И. Семантическое развитие слова в русском литературном языке и современном сленге. – М.: Азбуковник, 2005. – 301 с.
26. Скребнев, Ю.М., Кузнец М.Д. Стилистика английского языка. – Спб.: Радуга, 1960. – 324 с.
27. Сизов С. Д., Сизова Ю. С. Понятие и функции сленга // Юный ученый. – 2016. – №5. – С. 32-34.
28. Смирницкий. А.И. Лексикология английского языка М.: Высшая школа, 1956. – 316 с.
29. Соловьева Т.А. К проблеме сленга // Вопросы лексикологии английского, немецкого и французского языка. – 1961. – №4. – С.117-126.
30. Скворцов Л.И Культура русской речи. – М.: Знание, 1995. - 256 с.
31. Трусова И.С. Литературный язык и нелитературные варианты языка. – Владивосток: Изд-во МГУ им. адм. Г.И. Невельского, 2005. – 27 с.
32. Хомяков В.А. Нестандартная лексика английского языка. – Ленинград: Изд-во ЛГУ, 1985. – 136 с.
33. Хомяков В.А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия. – Вологда: М-во просвещения РСФСР, ВГПИ, 1971. – 104 с.
34. Шайкевич А.Я. Введение в лингвистику. Учебное пособие. – М.: «Academia», 2005. – 394 с.
35. Шаховский В.И. Стилистика английского языка. Учебное пособие. — Москва: Либроком, 2008. — 232 с.
36. Швейцер А.Д. Социальная дифференциация английского языка в США. – М.: Изд-во Академии Наук СССР, 1983. – 216 с.
37. Шурупова М.В. Проблематика английского сленга // Вестник Московского государственного областного университета. – 2010. – № 4. – С. 130-135.
38. Fries Ch. Introduction to American College Dictionary. – N.Y.: New American Library, 1947. - 478 p.

39. Partridge E. Slang today and yesterday. – London: Routledge & K. Paul, 1964. - 293 p.
40. Spears R. Slang and Euphemism. – Scarborough (Ontario): New American Library of Canada, 1982. - 462 p.
41. Voyakina E., Korolyeva L. Slang and its Role in contemporary social and political disclosure // Вестник ТГТУ. – 2013. – № 1. – P.211-218.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Апресян Ю.Д. Новый большой англо-русский словарь. –М.: Русский язык, 1993-1994. – 2496 с.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Сов. энцикл., 1966. – 607 с.
3. Гальперин И.Р. Большой англо-русский словарь. – М.: Сов. энцикл., 1972. – 2076 с.
4. Марузо Ж. Словарь лингвистических терминов. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1960. – 439 с.
5. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 320 с.
6. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1988. – 750 с.
7. Прохоров А.М. Большой Энциклопедический Словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1993. – 1632 с.
8. Розенталь Д.Э. Словарь лингвистических терминов. – М.: Просвещение, 1985. – 399 с.
9. Судзиловский Г.А. Сленг – что это такое? Англо-русский словарь военного сленга. – М.: Воениздат, 1973. – 182 с.
10. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Издательство "Советская энциклопедия", 1990. – 598 с.
11. Flexner S. Dictionary of American Slang, with Harold Wentworth. – New York: T.Y. Crowell, 1967. — 718 p.
12. Thorne T. Dictionary of contemporary slang. – London: A & C Black Publishers Ltd, 2007. – 494 p.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

1. Y1 - Andy Lalwani. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/andylalwani/about> (дата обращения: 10.04.2018).
2. Y2 - Bridget Barbara. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCqILnGzWyjqnPFqS2e1yVWQ/about> (дата обращения: 16.04.2018).
3. Y3 - Interactive English. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UC2SUoo36iHgVLEK7EEVPIFQ/about> (дата обращения: 10.04.2018).
4. Y4 - Linguamarina. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCAQg09FkoobmLquNNoO4ulg/about> (дата обращения: 11.04.2018).
5. Y5 - LinguaTrip TV. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCVHjF4F2gI1LsqDYqPajjRA/about> (дата обращения: 11.04.2018). – Y6.
6. Y6 - Mia and Lee. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UClw7DrldbJ1dz1EuvnmTerw/about> (дата обращения: 12.04.2018).
7. Y7 - MosaLingua. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/mosaLingua/about> (дата обращения: 12.04.2018).
8. Y8 - Naheema Eshe'. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/channel/UCZg4Sa3UfO-JFgLG1Xb-7_g/about (дата обращения: 11.04.2018).
9. Y9 - The English Coach. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCg0gSStENkYPXFRsKrlvyA/about> (дата обращения: 15.04.2018).

10. Y10 - Тreaaa В. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCL4HB YasgtsarB9qTSS85QQ/about> (дата обращения: 13.04.2018).
11. T1 - Bowie State University. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/BowieState> (дата обращения: 15.04.2018).
12. T2 - Coppin State University. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/CoppinStateUniv> (дата обращения: 15.04.2018).
13. T3 - Frostburg State University. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/meetabobcat> (дата обращения: 12.04.2018).
14. T4 - Morgan State University. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/MorganStateU> (дата обращения: 14.04.2018).
15. T5 - Salisbury University. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/SalisburyU> (дата обращения: 12.04.2018).
16. T6 - St Mary's College. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/StMarysMD> (дата обращения: 11.04.2018).
17. T7 - Towson University. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/TowsonU> (дата обращения: 12.04.2018).
18. T8 - University of Baltimore. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/EubieBee> (дата обращения: 12.04.2018).
19. T9 - University of Maryland. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/UMBaltimore> (дата обращения: 13.04.2018).
20. UD - Urban dictionary. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/> (дата обращения: 18.04.2018).