

Филология: научные исследования*Правильная ссылка на статью:*

Нестеренко С.А., Южанинова Е.В. Сопоставительное исследование структурно-семантических особенностей молодёжного сленга в немецком и английском языках // Филология: научные исследования. 2025. № 12. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.12.73127 EDN: UOAXSK URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73127

Сопоставительное исследование структурно-семантических особенностей молодёжного сленга в немецком и английском языках

Нестеренко Софья Александровна

преподаватель; кафедра иностранных языков и русской филологии; Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт; филиал Российского государственного профессионально-педагогического университета

622031, Россия, Свердловская область, г. Нижний Тагил, ул. Красногвардейская, 57

✉ sofyा.nesterenko.00@inbox.ru

**Южанинова Елена Владимировна**

ORCID: 0000-0001-7623-0214

кандидат педагогических наук

доцент; кафедра иностранных языков и русской филологии; Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт; филиал Российского государственного профессионально-педагогического университета

622031, Россия, Свердловская область, г. Нижний Тагил, ул. Красногвардейская, 57

✉ elena-yuzh@yandex.ru



[Статья из рубрики "Лингвокультурология"](#)

DOI:

10.7256/2454-0749.2025.12.73127

EDN:

UOAXSK

Дата направления статьи в редакцию:

23-01-2025

Аннотация: Целью настоящей работы является проведение сопоставительного исследования структурно-семантических особенностей сленговых единиц в немецком и английском языках. Сленг, который молодые люди используют в речи, отражает изменения, происходящие в окружающем мире. Молодёжный сленг содержит

уникальный запас слов со специфическими свойствами, множество словосочетаний. Представляется интересным рассмотреть общие черты и различия способов пополнения и значения сленговых единиц в разных языках – немецком и английском. Предметом исследования выступают структурно-семантические особенности сленговых единиц в немецком и английском языках. Материалом исследования послужили 100 немецких сленговых единиц, взятых из текстов немецкоязычных средств массовой информации – Deutsche Welle, Der Spiegel, Stuttgarter Nachrichten и 100 английских сленговых единиц из текстов англоязычных СМИ – The Guardian, Daily Mail, Times Live. В работе применяются метод сплошной выборки, сопоставительный лингвистический анализ сленговых единиц, количественные методы обработки данных. Научная новизна исследования состоит в многоаспектном описании немецко- и англоязычных единиц молодежного сленга, выделенных из современных источников за период с 2018 по 2023 год, и в их комплексном сопоставлении. Результаты проведённого исследования показывают, что молодёжный сленг, в целом, отражает общие тенденции развития языка. Действительно, словообразовательные модели являются самым продуктивным способом пополнения сленга в обоих языках. Вместе с тем, для образования немецких сленговых единиц наиболее продуктивным способом является сочетание различных словообразовательных моделей и заимствований, прежде всего из английского языка. Данные семантического анализа показывают незначительные различия в сопоставляемых языках, что позволяет сделать вывод о том, что немецкоязычную и англоязычную молодёжь интересуют одинаковые сферы жизни. Настоящее сопоставительное исследование даёт возможность достаточно подробно изучить молодёжный сленг, его тенденции формирования и употребления в немецком и английском языках.

Ключевые слова:

сленг, молодёжный сленг, словообразовательная модель, семантика, структура, сопоставительный анализ, способы пополнения сленга, немецкий язык, английский язык, СМИ

Настоящая статья посвящена проблеме изучения молодежного сленга в немецком и английском языках. Предметом исследования выступают структурно-семантические особенности немецко- и англоязычных сленговых единиц. Материалом исследования послужила выборка, включающая 100 немецких сленговых единиц, взятых из текстов немецкоязычных средств массовой информации – Deutsche Welle, Der Spiegel, Stuttgarter Nachrichten и 100 английских сленговых единиц из текстов англоязычных СМИ – The Guardian, Daily Mail, Times Live.

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что структурно-семантические особенности молодежных сленговых единиц изучаются в сопоставительном аспекте на примере немецко- и англоязычного дискурса СМИ на материале текстов, опубликованных за последние пять лет. Полученные результаты вносят определенный вклад в изучение особенностей языка отдельных социальных групп.

Сленг является неотъемлемой частью языка и важным направлением изучения лексикологии, так как он отражает языковые и культурные особенности общества. Кроме того, сленг – это одна из самых открытых и подвижных систем, существующих сегодня в лингвистике [\[11\]](#). Сегодня сленг используется не просто в качестве средства

неформального общения, он также встречается в средствах массовой информации [\[2\]](#). Сленг рассматривается как особый пласт лексики, находящийся за пределами литературного языка и представляющий собой набор метафор, фразеологизмов, реже слов в прямом значении [\[3\]](#).

Следует отметить возрастающий интерес лингвистов к процессам языковых трансформаций, происходящих при взаимодействии языков, что обуславливает актуальность проведения сопоставительного исследования структурно-семантических особенностей молодёжного сленга на примере немецкого и английского языков.

Проблемой изучения сленга занимались многие лингвисты, например, Л. М. Цекова, Е. В. Шелестюк, Д. Б. Ханова, С. Х. Жураева, Ю. В. Лаптева, К. В. Кулакова, Э. Партридж [\[4\]](#), однако на сегодняшний день в языкоznании нет единства в трактовке термина «сленг». Исследователи сленга предлагают различные определения для этого явления. Вслед за Е. В. Шелестюк, мы понимаем «сленг» как лексическую единицу, слово или фразу, которая употребляется молодыми людьми или отдельными группами, зависит от моды, сохраняет сниженные коннотации и часто имеет метафорическую образность [\[5\]](#).

По мнению Д. Б. Хановой, сленг – это открытая подсистема лексических и фразеологических средств, часто обладающих экспрессивным характером и использующихся в речи представителей разных социальных групп [\[6\]](#).

Отдельные авторы признают сленг важным элементом любого языка и культуры, и призывают обратить на него особое внимание, так как он содержит в себе большое количество идиоматических выражений, неформальных речевых оборотов, что приобретает особую важность при изучении иностранного языка [\[7\]](#). Кроме того, использование сленга в речи позволяет сделать ее более яркой, лаконичной; с помощью сленга можно передать мысль более полно и свободно, что позволяет быть кратким, но при этом оригинальным [\[8\]](#).

Л. В. Милёшина полагает, что сленг чаще всего используется в речи молодых людей, так как именно они являются наиболее социально-активным слоем населения. Возрастные рамки, использования молодёжного сленга от 12 и до 23–30 лет [\[9\]](#). Л. М. Цекова понимает молодёжный сленг как способ общения и самовыражения молодых людей, который обладает повышенной эмоциональностью [\[2\]](#). Существует мнение о том, что молодёжный сленг является более живым и личным по сравнению со стандартным языком в общении [\[10\]](#).

Лингвисты выделяют ряд особенностей молодежного сленга: образность речи, эмоциональность и выразительность речи [\[11\]](#).

Сленгу присущи определенные функции, однако не существует единого мнения по поводу их количества. Одни ученые выделяют коммуникативную, когнитивную и номинативную функции. Другие к этим функциям добавляют мировоззренческую, эзотерическую, идентификационную, экспрессивную и функцию экономии времени [\[12\]](#).

Рассмотренные выше теоретические положения позволяют перейти к сопоставительному исследованию структурно-семантических особенностей молодёжного сленга в немецком и английском языках, для которого предварительно были отдельно рассмотрены указанные особенности немецкоязычных [\[13\]](#) и англоязычных сленговых единиц [\[14\]](#).

Лингвистическому анализу подлежат способы пополнения молодежного сленга, структура сленговых слов и их семантика. Семантический анализ выполнен в русле семантического подхода, предложенного К. В. Кулаковой [15].

Результаты проведенного сопоставительного анализа способов пополнения молодежных сленговых единиц в немецком и английском языках представлены в следующей таблице (табл. 1).

Таблица 1

Способы пополнения молодежных сленговых единиц

| Название блока | Входящие группы | Процент | |
|---|----------------------|---------------|-----------------|
| | | Немецкий язык | Английский язык |
| Заимствование и словообразование | Словосложение | 36% | - |
| | Словопроизводство | | |
| | Сокращение | | |
| Словообразование | Словопроизводство | 35% | 60% |
| | Словосложение | | |
| | Сокращение | | |
| Заимствование | - | 12% | - |
| Изменение значения | Перенос наименования | 9% | 32% |
| | Расширение значения | | |
| Выражения | - | 7% | 2% |
| Использование эмодзи | - | 1% | 2% |
| Фонетические приёмы | - | - | 4% |

Для немецкого языка наиболее продуктивным является применение сразу двух способов, а именно – заимствования и словообразования (36%). Следует отметить, что заимствования пришли из английского языка, что подтверждает его большую популярность. Примерами таких сленгизмов являются слова: *die Gammelfleischparty* – «вечеринка тухлого мяса», которое образовано путем сложения двух существительных *das Gammelfleisch* – испорченное мясо и *party* – вечеринка. Данная сленговая единица предназначена для определения встреч пожилых людей; *die Speckbarbie* – «бекон-Барби». Слово образовано сложением существительных *der Speck* – сало и *Barbie* – красотка, куколка. Сленгизм используется для описания девушки с лишним весом, которая одета в слишком облегающую одежду.

Между тем, чистых заимствований при анализе немецких сленговых единиц выявлено не так много – всего 12%. Например, *chillen* – расслабляться от английского глагола *to chill*, существительное *cringe* – стыд и т. д.

Нужно указать, что немецкий язык сохраняет свои словообразовательные тенденции, поскольку немецкие сленговые единицы, образованные по современным

словообразовательным моделям (словосложение, словоизделие, сокращение), имеют также высокий процент – 35%. Подтверждением этому служат следующие примеры: существительное *der Bildschirmbrun* служит для описания человека, проводящего слишком много времени перед компьютером и имеющего бледный цвет лица. Данное существительное образовано путем сложения существительного *der Bildschirm* – экран и прилагательного *braun* – коричневый; глагол *unterhopft sein* – опохмеляться – образован от причастия глагола *hopfen* – охмелять, префикса *unter*-, который указывает нахождение чего-либо «внизу», «под» и глагола-связки *sein* – быть; *Hallochen* – приветик, которое образовано от слова-приветствия *Hello* и немецкого уменьшительно-ласкательного суффикса *-chen*.

Таким образом, в сумме словообразовательные процессы участвуют в пополнении состава сленгизмов в 71% единиц, что однозначно подтверждает высокую продуктивность словообразования как пути пополнения состава немецкого молодежного сленга.

Что касается способов пополнения словарного состава английского молодёжного сленга, то самым продуктивным способом для данного языка также стало словообразование (60%). Примерами сленговых единиц, образованных по словообразовательным моделям, являются: существительное *avotoast* – тост с авокадо (представляет собой популярную тему фото для постов в социальных сетях), которое состоит из двух существительных *avocado* – авокадо и *toast* – тост; глагол *to rent-free* – «жить» в чьей-то голове, образован от слова *rent-free* – бесплатная аренда; прилагательное *parasocial* – парсоциальный, которое получено присоединением приставки *para-* к прилагательному *social* – общественный.

Вместе с тем подчеркнём, что в немецком и английском сленге словообразовательные модели имеют разную степень продуктивности. Так, словообразовательная модель «Словоизделие» примерно схожа по продуктивности: 19% в английском молодёжном сленге и 16% в немецком молодёжном сленге (плюс 11% из группы «Заимствование и словоизделие»). А вот модель «Словосложение» – всего 7% в английском сленге, при этом 10% в немецком сленге (плюс 15% из группы «Заимствование и словосложение»). Напротив, словообразовательная модель «Сокращение» в английском сленге представляет собой 34%, в отличие от немецкого, где её процент достаточно небольшой – всего 9% (плюс 10% из группы «Заимствование и сокращение»).

Между тем, способ пополнения словарного состава сленга путём изменения значения имеет абсолютно разное процентное соотношение: 9% в немецком сленге, и 32% в английском сленге, то есть это второй по величине блок. Примерами немецких сленговых единиц, полученных путем изменения значения, являются: *französisch duschen* – пользоваться дезодорантом или дословно «принимать французский душ»; глагол *baggern* – подкапывать (флиртовать) ранее использовался в значении «работать на экскаваторе», но после расширения значения стал применяться в контексте игры в волейбол и служил для описания особого отбивания мяча, а спустя ещё некоторое время этот глагол стал использоваться для описания способа знакомства – «подкат», флирт. Примерами английских сленговых единиц, полученных путем применения такого способа, являются: *wig snatch* – «сорвать парик» – сленгизм, который используется для публичной критики; словосочетание *soft launch* обозначает публикацию фотографии, которая намекает на существование в вашей жизни «особенного» человека. На фото может быть только половина лица или силуэт.

Следует обратить внимание на то, что заимствований в английском молодёжном сленге не было выявлено. В этом заключается существенное отличие от немецкого молодёжного сленга, где заимствования встречаются как в чистом виде (12%), так и в составе словообразовательных моделей (36%). Это позволяет нам судить о том, что для образования немецких сленговых единиц данный способ является весьма продуктивным, а для английского нет. Безусловно, это связано с тем, что английский язык – это международный язык общения, так называемый «язык-донор», который не нуждается в заимствовании слов из других языков. И напротив, немецкий язык, в котором заимствования всегда играли очень большую роль, сегодня испытывает засилье английских заимствований, которые часто выступают избыточными синонимами.

Кроме того, необходимо подчеркнуть, что в английском сленге был выявлен способ пополнения с помощью фонетических приёмов, хотя данный способ имеет достаточно маленький процент – 2%, однако, в немецком языке этот способ не представлен. Например, сленговая единица *shook* произошла от английского существительного *shock* – шок, в котором заменена 1 буква *o* сразу на 2 для большей экспрессивности, при этом происходит потеря буквы *c* в сочетании *ck*, возможно, для простоты написания; существительное *bozz* – лидер (от слова *boss* – шеф, босс), в котором также произошла замена конечных глухих согласных *ss* на звонкие *zz*, что, по нашему мнению, служит способом придания большей эмоциональности.

Интересным способом пополнения сленговых единиц стало использование эмодзи. Данный способ был выявлен как в немецком сленге – 1% (*Emo-CV* – использования эмодзи при написании резюме для устройства на работу), так и в английском сленге – 2% (*crying emoji*, *skull emoji*). Первое эмодзи используется в значении «смешно до слёз», а второе эмодзи обозначает «что-то смешное в шутливо-злом смысле». Возможно, использование эмодзи будет новой тенденцией пополнения словарного состава сленговых единиц.

На основании проведенного анализа можно утверждать, что самым продуктивным способом пополнения словарного состава сленга является словообразование (35% в немецком и 60% в английском), при этом, для образования немецких сленговых единиц данный способ еще более продуктивен в сочетании с заимствованием (плюс 36%). Таким образом, заимствование в немецком молодежном сленге в общей сумме представляет почти половину единиц (48%) – как в чистом виде (12%), так и в составе гибридных слов (36%).

Обратимся к данным структурной классификации немецкого и английского молодёжного сленга (табл. 2).

Таблица 2

Структурная классификация сленговых единиц

| Тип слова | Процент | |
|-------------------------|---------------|-----------------|
| | Немецкий язык | Английский язык |
| Сложные слова | 31% | 6% |
| Производные слова | 28% | 19% |
| Простые слова | 19% | 36% |
| Сокращения | 9% | 35% |
| Сложнопроизводные слова | 5% | - |
| Выражения | 7% | 2% |
| Использование эмодзи | 1% | 2% |

| Использование единиц | + | – |
|----------------------|---|---|
|----------------------|---|---|

Среди немецких сленговых единиц преобладают сложные слова (31%), состоящие из двух и более основ. Например, существительное *die Facebookschlampe* – девушка, которая добавляет в «друзья» «подходящих» мужчин состоит из двух основ – *Facebook* и *die Schlampe* – «девушка лёгкого поведения». Данный структурный тип очень характерен для немецкого языка.

Однако, в структурной классификации английских сленговых единиц сложные слова не являются частотным типом, они представляют собой всего лишь 6%. Например, существительное *babygirl* – «малышка», которое образовано сложением двух основ: *baby* – ребёнок и *girl* – девочка.

Следующим по частотности типом в немецком языке являются производные слова (28%), т. е. те слова, которые образованы в результате словоизменения (в нашем случае, конверсии или аффиксации). Например, глагол *abgehen* – восхищаться образован присоединением приставки *ab*- к глаголу *gehen* – идти. В английском языке производные слова представлены реже – всего 19%. Например, существительное *rizzler* – парень, который успешно «подкатывает» к девушкам, образовано присоединением суффикса *-ler* к основе.

Вместе с тем, самым частотным типом английских сленговых слов стали простые слова – 36% (*brain* – умный), в отличие от немецкого, где простые слова составляют лишь 19% (*der Lauch* – идиот). По нашему мнению, частотность данного типа сленговых единиц обусловлена тем, что простые по своей структуре слова преобладают при пополнении словарного состава сленга путём изменения значения. При этом, как отмечалось выше, именно изменение значения является вторым по продуктивности способом пополнения словарного состава английского сленга (32%).

Следующим частотным типом английских сленговых единиц является сокращение – 35% (*bestest* – *best of the best* – лучший из лучших). Такой высокий процент, на наш взгляд, обусловлен функцией языковой экономии, которая достаточно сильно проявляется в английском языке. Напротив, в структурной классификации немецкого сленга сленговые единицы, представляющие собой сокращение, имеют довольно небольшой процент – всего лишь 9% (*Stip* – стипендия, «стипуха»)

Следует отметить, что сложнопроизводные слова являются наименее частотным типом как в немецком молодежном сленге – 5% (существительное *der Discorumper* – молодой мужчина, который «поклоняется» красивому телу – образовано от английских существительных *disco* – дискотека, *pumkin* – тыква и немецкого суффикса *-er*), так и в английском, где вообще не представлены такие примеры.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что структура сленговых единиц в немецком и английском языках достаточно сильно отличается. Так, для немецкого сленга наиболее частотны сленговые единицы, представляющие собой сложные слова, а для английского сленга – сленговые единицы, представляющие собой простые слова.

Следующий пункт сопоставления – это семантика сленговых единиц (табл. 3).

Таблица 3

Семантическая классификация сленговых единиц

| Название блока | Процент |
|----------------|---------|
|----------------|---------|

| | Немецкий язык | Английский язык |
|-------------------------|---------------|-----------------|
| Характеристика человека | 32% | 30% |
| Выражение эмоций | 29% | 33% |
| Жизнедеятельность | 28% | 32% |
| Covid-19 | 6% | 2% |
| Политика | 5% | 3% |

Самой частотной тематической группой немецкого молодёжного сленга стала «Характеристика человека» – 32% (*die Tinderella* – девушки, постоянно сидящая на сайтах знакомств; *der Schatzlos* – одиночка, без пары), сопоставимой в процентном отношении в английском молодёжном сленге – группа «Выражение эмоций» – 33% (*PROPS* от *proper respect* – должное признание; *for sho* от слова *sure* – обязательно, конечно).

Следующей по популярности сферой употребления сленга в немецком языке стал блок «Выражение эмоций» – 29% (*durch sein* – быть не в себе; *isso* – выражение согласия), а в английском языке – блок «Жизнедеятельность» – 32% (*finsta* – фейковый профиль в Инстаграм; *spilling tea* – сплетничать).

На третьем месте находятся блоки: «Жизнедеятельность» – 28% в немецком молодёжном сленге (*Hopfensmoothie* – пиво; *parflixen* – сон во время просмотра сериала) и «Характеристика человека» – 30% в английском молодёжном сленге (*goblin mode* – тип поведения, заключающийся в проявлении лени, неряшливости и жадности; *rizz* – романтически привлекательный или очаровательный человек).

Можно утверждать, что данные тематические группы, выделенные в ходе семантической классификации немецкого и английского молодёжного сленга, имеют примерно одинаковый процент, а это значит, что они одинаково часто употребляются в данных сферах как немецкоязычными, так и англоязычными молодыми людьми.

Установлено, что наименее популярными тематическими сферами стали «Политика» и «Covid-19». В семантической классификации немецкого молодёжного сленга блок «Covid-19» составляет 6% от общего числа (*die Lockdown-Kinder* – дети, имеющие проблемы в разных сферах во время пандемии; *die Freitesten* – не вакцинированные люди, которые могут обойти ограничения с помощью теста на коронавирус), а блок «Политика» – 5% (*guttenbergen* – списывать; *merkeln* – откладывать решения на потом). В аналогичной классификации английского молодёжного сленга проценты еще ниже – 3% и 2% соответственно. Примером сленга, входящего в блок «Политика», является сленговое слово *trumpism*, использующееся как название политики Дональда Трампа, а примером из блока «Covid-19» является сокращение *sus* от *suspicious* – подозрительный.

Непопулярность данных блоков, на наш взгляд, обусловлена тем, что молодые люди мало интересуются данными сферами жизни. Молодых людей гораздо больше интересует своя жизнь, происходящее с ними и с их знакомыми, вечеринки и проблемы, характерные для их возраста. Молодёжи интересно придумывать новые, непонятные другим людям слова, описывающие ощущения, эмоции, действия и даже внешний вид.

Сопоставление семантических особенностей немецкого и английского молодёжного сленга привело к следующим результатам: тематические блоки «Выражение эмоций», «Характеристика человека» и «Жизнедеятельность», имеющие примерно одинаковый

процент, являются самыми популярными сферами употребления сленга в обоих языках. Напротив, «Политика» и «Covid-19», демонстрирующие одинаково низкие проценты в соответствующих семантических классификациях стали наименее частотными сферами употребления молодежного сленга в обоих языках.

Таким образом, проведя сопоставительный анализ структурно-семантических особенностей немецкого и английского молодёжного сленга мы пришли к выводу о том, что в сленге обоих языков наблюдаются в целом схожие тенденции. Наиболее продуктивным путём пополнения сленговых единиц в обоих языках стало словообразование, менее продуктивным – изменение значения. Перспективной тенденцией пополнения словарного состава сленга нам представляется использование эмодзи, которые могут заменить некоторые слова в переписке. Данный способ является не только выражением языковой экономии, но и даёт возможность оценивать эмоциональное состояние человека.

Важно отметить большую значимость заимствования в немецком языке, которое является вторым по продуктивности путем пополнения словарного состава молодёжного сленга. Как отмечалось выше, в немецкий сленг массово заимствуются слова из английского языка и некоторое число из турецкого языка. Не случайно в немецком языке существует такое языковое явление как *Denglisch*, т. е. употребление и немецких, и английских слов. Данное явление оказывает негативное влияние на развитие немецкого языка, так как немецкие слова могут потерять свою уникальность и актуальность под влиянием многочисленных английских эквивалентов.

Структура сленговых единиц в немецком и английском различается. Так, для немецкого молодёжного сленга больше характерны сложные слова, в том числе, гибридные (то есть с заимствованным компонентом), а для английского сленга – простые слова.

Семантические особенности немецкого и английского молодёжного сленга подтверждают, что сленговые единицы употребляются немецкоязычной и англоязычной молодёжью в практически одинаковых сферах.

Проведённое исследование даёт возможность рассмотреть молодёжный сленг, его тенденции формирования и употребления достаточно подробно, тем самым вносит определенный вклад в развитие теории социолингвистики, а также может иметь практическую значимость, в частности, для студентов языковых вузов, планирующих принять участие в международных программах по обмену, так как знакомство с тенденциями развития и функционирования сленга даёт возможность легче интегрироваться в иноязычную среду.

Библиография

1. Абайдельданова М. К., Р. Гусман Тирадоб. Русский язык в интернете: анализ молодежного сленга с оценочным значением // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. 2024. № 17. С. 177–189.
2. Цекова Л. М. Сленг в лингвокультуре современной молодёжи // Власть истории – История власти. 2022. № 42. С. 31–34.
3. Pesina S. A., Vinogradova S. A., Tomin V. V., Trofimova N. A., Rubtsova S. Y., Morozova M. N., Velikanova S. S. Youth Slang as a Social Language Code: Functions and Formation // Brazilian Journal of Education, Technology and Society (BRAJETS). 2024. № 17. Р. 803–811. URL: <https://doi.org/10.14571/brajets.v17.n2.803-811> (дата обращения: 15.12.2024).

4. Partridge E. *Slang To-Day and Yesterday*. London : Routledge, 2015. 488 p.
5. Шелестюк Е. В. Перевод сленга в англоязычных кинотекстах в свете несовпадения жанрово-стилистических канонов русского и английского языков // Вестник Томского государственного университета. 2024. № 499. С. 49–58.
6. Hanova D. B. Youth slang in the speech of modern students // *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*. 2021. № 12. P. 272–276. URL: <https://giirj.com/index.php/giirj/article/view/674> (дата обращения: 15.12.2024).
7. Djuraeva V., Fayzullaeva G. Youth slang as a modern language phenomenon // *GOLDEN BRAIN*. 2023. № 6. P. 91–93. URL: <https://researchedu.org/index.php/goldenbrain/article/view/1956> (дата обращения: 15.12.2024).
8. Жураева С. Х. Interaction of youth slang and cultural values of the people // *Multidisciplinary and Multidimensional Journal (MMJ)*. 2024. № 4. P. 119 –126. URL: <http://multidisciplinaryjournal.com/index.php/mm/article/view/212> (дата обращения: 15.12.2024).
9. Милёшина Л. В. Особенности молодёжного сленга в речи современного школьника // Балтийский гуманитарный журнал. 2021. № 1. С. 365–368.
10. Чжан Вэй. Проблемы применения молодёжного сленга на уроке русского языка как иностранного в Китае // Образование и право. 2020. № 7. С. 215–216.
11. Воронкова А. А. Функциональные особенности молодёжного сленга студентов // Балтийский гуманитарный журнал. 2020. № 2. С. 237–240.
12. Лаптева Ю. В. Функции молодёжного сленга (на материале французского языка) // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». № 1. 2012. С. 158–161.
13. Нестеренко С. А., Южанинова Е. В. Структурно-семантическая характеристика молодежного сленга (на материале немецкого языка) // Ученые записки НТГСПИ. Серия: история и филология. 2022. № 2. С. 76–90.
14. Нестеренко С. А., Южанинова Е. В. Структурно-семантическая характеристика английского молодежного сленга // Ученые записки НТГСПИ. Серия: история и филология. 2024. № 3. С. 67–82.
15. Кулакова К. В. Молодежный сленг как отражение современной действительности (на примере немецкого языка) // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2019. № 4. С. 23–30.

Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступают структурно-семантические особенности молодёжного сленга в немецком и английском языках, актуальность изучения которого обусловлена тем, что «сленг – это одна из самых открытых и подвижных систем, существующих сегодня в лингвистике», которая «отражает языковые и культурные особенности общества». Как отмечено в работе, проблемой изучения сленга занимались многие лингвисты, однако на сегодняшний день в языкоznании нет единства в трактовке данного явления. Чаще всего сленг рассматривается как особый пласт лексики, находящийся за пределами литературного языка и представляющий собой набор метафор, фразеологизмов, реже слов в прямом значении.

Теоретической базой исследования послужили работы таких российских и зарубежных

ученых, как Л. М. Цекова, Е. В. Шелестюк, Д. Б. Ханова, С. Х. Жураева, Ю. В. Лаптева, К. В. Кулакова, С. А. Нестеренко, Е. В. Южанинова, Л. В. Милёшина, А. А. Воронкова, С. А. Песина, С. А. Виногадова, В. В. Томин, Э. Партидж, Чжан Вэй и др. Библиография насчитывает 15 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями. Большинство источников актуальные (изданы в последние 3 года), что еще раз свидетельствует об актуальности проблемы. Материалом исследования послужила выборка, включающая 100 немецких сленговых единиц, взятых из текстов немецкоязычных средств массовой информации – *Deutsche Welle, Der Spiegel, Stuttgarter Nachrichten* и 100 английских сленговых единиц из текстов англоязычных СМИ – *The Guardian, Daily Mail, Times Live*.

Методология проведенного исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию материала; сравнительно-сопоставительный метод; методы когнитивного и семантического анализа. Семантический анализ выполнен в русле семантического подхода, предложенного К. В. Кулаковой.

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) провести сопоставительное исследование структурно-семантических особенностей молодёжного сленга в немецком и английском языках. Промежуточные результаты отражены в таблицах «Способы пополнения молодежных сленговых единиц», «Структурная классификация сленговых единиц», «Семантическая классификация сленговых единиц», что является несомненным преимуществом данной научной работы, так как визуализация и авторская интерпретация данных позволяет сделать материал более доступным для восприятия и способствует более глубокому пониманию масштабов проведенного исследования. Сформулированы обоснованные выводы о том, что в сленге обоих языков наблюдаются в целом схожие тенденции: наиболее продуктивным путём пополнения сленговых единиц в обоих языках стало словообразование, менее продуктивным – изменение значения; перспективной тенденцией пополнения словарного состава сленга представляется использование эмодзи. Структура сленговых единиц в немецком и английском различается. Семантические особенности немецкого и английского молодёжного сленга подтверждают, что сленговые единицы употребляются немецко- и англоязычной молодёжью в практически одинаковых сферах.

Результаты, полученные в ходе исследования, имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят определенный вклад в решение теоретических проблем социолингвистики, в изучение словообразовательной и лексической подсистем современного молодежного сленга, дополняют имеющиеся в лингвистике представления о понятии «сленг» и помогают лингвистическому и экстралингвистическому осмыслинию данного явления, а также могут применяться в курсах по теории дискурса, прагмалингвистике, лексикологии и стилистике немецкого и английского языков, словообразованию и развитию словарного состава данных языков.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру, способствующую его полноценному восприятию. Стиль изложения соответствует требованиям научного описания и характеризуется оригинальностью, логичностью и доступностью.

Статья имеет завершенный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Филология: научные исследования».

