СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1 Молодежный сленг как объект лингвистического исследования 7

1.1 Определение понятия «сленг» в современной лингвистике 7

1.2 Функции молодежного сленга 8

1.3 Место сленга в современной лингвистике 10

1.4 Источники, пути развития и распространения молодежного сленга 15

Выводы к разделу 19

2 Анализ лингвистических характеристик современного американского молодежного сленга 22

2.1 Основные разновидности американского молодежного сленга 22

2.2 Языковые особенности американского молодежного сленга 26

Выводы к разделу 30

3 Взаимодействие языка СМИ и молодежного сленга 32

3.1 Функционирование молодежного сленга в американской массовой коммуникации 32

3.2 Репрезентация американского молодежного сленга в новостях американских каналов 37

Выводы к разделу 47

Заключение 49

Список использованных источников 51

ВВЕДЕНИЕ

Сленг - это отдельный независимый мир, не похожий ни на какой больше. Он отличается от эталонной официальной речи уникальной экспрессивностью, позволяя человеку выражать эмоции и чувства в привлекательной ему манере, а также чувствовать себя интересной, экстраординарной личностью. Сленг несет в себе определенную словесную нелепость, смело используемую молодыми людьми, дабы противопоставить себя скучной однообразной формальности и найти компанию по душе. В этом и заключается причина возникновения молодежного сленга. В данный момент темой молодежного сленга все больше интересуются лингвисты со всего мира. Определение сленга, его природа, возникновение, пути развития и распространения представляют теоретический и практический интерес.

В наши дни наблюдается тенденция сленга выйти за рамки лексикона, используемого в какой-либо отдельной сфере употребления.

Никто точно не может сказать, насколько это хорошо или плохо. Также остается открытым вопрос влияния сленга на молодежь и на язык. Как нам стоит относиться к сленгу? Что известно о взаимодействии сленга со СМИ? Стоит отметить, что изучение языка СМИ также как и сленг привлекает пристальное внимание исследователей. Это объясняется тем, что предоставляя человеку сведения о мире, СМИ влияет на его мышление, мировосприятие и культуру.

Поэтому предметом исследования является взаимодействие американского молодёжного сленга и СМИ, а точнее - американских телевизионных каналов.

Объектом выпускной квалификационной работы выступает американский молодежный сленг.

Проблема взаимодействия средств массовой коммуникации и молодежного сленга является на данный момент сложной и мало изученной. Из этого следует актуальность данной работы - в ней дан более или менее комплексный анализ этих явлений. Новизна заключается в том, что случаи использования сленговых единиц в новостях американских телевизионных каналов вызывают интерес у лингвистов как мало изученные и редко встречающиеся.

Целью работы является обзор теоретических основ американского молодежного сленга и выявление особенностей его функционирования, а также анализ случаев применения молодежного сленга в новостях американских телевизионных каналов.

Для достижения цели нами были поставлены следующие задачи:

1) рассмотреть понятие «сленг»;

2) определить словообразовательный потенциал современного молодежного сленга, продемонстрировать способы формирования сленга и источники его пополнения;

3) изучить специфичность функционирования сленговых единиц в речи современной молодежи;

4) проанализировать выпуски новостей американских телевизионных каналов на предмет использования молодежного сленга.

Материалом исследования послужили свыше 25 аутентичных выпусков новостей американских телевизионных каналов различного характера. Эти каналы составили основу, необходимую для данной работы.

При отборе материала для работы были использованы выпуски новостей таких телевизионных каналов, как BBC News, Global Television, WTOL 11, Politics Show, CNN, CBS THIS MORNING, Good Morning America (GMA) и некоторых других.

Теоретическая база нашего исследования основывается на работах отечественных ученых в области лексикологии, фразеологии и лингвокульторологиии (Ю. К. Волошин, И. В. Арнольд, И. Р. Гальперин, А. В. Гуслякова, Р. И. Розина, Ю. М. Скребнев). Кроме того, в качестве теоретического материала для исследования были привлечены работы зарубежных ученых (S. B. Flexner, E. Partridge, R. Spears).

В связи со спецификой материала был применён комплексный подход к его изучению:

1) Метод теоретического исследования. Данный метод позволил нам определить направление исследования, выделить проблему, сформулировать тему работы, обосновать гипотезу, выделить цель и задачи исследования, наконец - сформулировать научно обоснованные заключения и вывод работы.

2) Метод научного наблюдения. Данный метод был применен в нашей работе для целенаправленного сбора фактов о положительных и отрицательных случаях использования сленговых единиц в речи для последующего их анализа.

3) Метод сплошной выборки. Путем данного метода был осуществлен подбор примеров для анализа.

4) Исторический метод позволил нам исследовать возникновение, формирование и развитие сленга в хронологической последовательности.

5) **Метод прогнозирования** обусловил обоснование гипотез о тенденциях развития исследуемого нами объекта.

Работа состоит из введения, двух теоретических глав, практической части, заключения и списка использованных источников.

Глава 1 освещает теоретическую базу, послужившую для исследования, здесь рассматривается общая характеристика молодежного сленга. Также здесь содержатся определение термина «сленг», определение функций сленга, место сленга в современной лингвистике, а также источников и путей развития молодежного сленга.

 В главе 2 исследуется история существования и этапы развития молодежного сленга в США, его основные разновидности и языковые особенности.

В главе 3 анализируется специфика функционирования молодежного американского сленга в массовой коммуникации, а также случаи использования сленга в новостях американских телевизионных каналов.

Библиография состоит из списка использованных теоретических трудов и литературы, ставшей материалом для исследования (всего 37 работ на русском языке, 10 на английском языке, 4 электронных источника, 6 словарей).

Хотим отметить, что в данной работе мы не использовали обсценную лексику из этических соображений.

1. **Молодежный сленг как объект лингвистического исследования**

**1.1 Определение понятия «сленг» в современной лингвистике**

Прежде всего мы коснемся этимологии. Вопрос происхождения слова «сленг» все еще вызывает сомнения у современных лингвистов. Они выдвигают несколько версий на этот счет. Согласно одной из них, английское слово slang происходит от sling («бросать»). Другая версия гласит, что термин «сленг» восходит к slanguage, с начальной буквой s, предположительно приписанной к слову language в следствие исчезновения определения thieves’ language (язык воров) [53, с. 83].

На основе имеющихся данных мы можем найти две интерпретации термина «сленг»: особый язык отдельных групп общества субкультур и лексикон широкого использования в неформальной коммуникации.

Существуют различные мнения о происхождении молодежного сленга. Одни лингвисты представляют его как «специальный словарь» определенной социальной группы, другие видят в жаргоне языковую подсистему, которая отличается сокращенным стилем и ограниченностью круга людей, которые его используют [28, с. 130].

Исследователи, которые считают принципиально важным провести различие между сленгом и жаргоном, утверждают, что они различаются по степени использования.

Рассмотрим некоторые определения сленга. К примеру, В.А. Хомяков считает: «Сленг - это устоявшийся в определенном периоде, часто употребляемый лексический пласт с компонентами экспрессивного просторечия» [33, с. 43-44]. Из данного определения следует, что даже если сленг и относится к «экспрессивному просторечию», его степень приближения к литературному стандарту «весьма неоднородна».

Также обратим внимание на замечание А. В. Гусляковой, согласно которому многие ученые понимают сленг как некий особый язык отдельной группы людей, созданный для упрощения коммуникации её участниками [10, с. 136].

Разнообразие определений термина «сленг» позволяет отрицать существование сленга, по мнению И.Р. Гальперина. Его точка зрения берет начало в изучении различных словарей, где одно и тоже слово может быть помечено как «сленг», «просторечие» или вовсе быть без пометок, что, соответствует литературной норме. Поэтому И.Р. Гальперин считает целесообразным использование термина «сленг» как синоним английского слова «жаргон» [5, с. 21].

* 1. **Функции молодежного сленга**

Сленг отражает стиль жизни общества, которое его породило. Молодежный сленг - это прежде всего способ творческого самовыражения человека, некий инструмент, который делает его неординарным, но в то же время сближает со сверстниками.

Данное общение предполагает создание наиболее благоприятных психологических условий для коммуникации, наличие понимания, принятия, искренности и единства во взглядах, а также потребности самоутвердиться. Все выше перечисленное делает общение с товарищами более ценным и увлекательным. Порой общение в молодежной среде невозможно без владения особым ее языком. Стоит отметить, что употребляемые молодежью фразы звучат ярче, живее, чем обыкновенные, благодаря своей экспрессивности и эмоциональной окраске, что придает речи юмористический характер и превращает речь в «коллективную игру» - кто оригинальнее, смешнее и красочнее выразит свою мысль. Тем самым, молодежный сленг помогает молодежи противопоставлять себя старшему поколению и официальности. Это своеобразный вызов общепринятым скучным стандартам общества, и неприятие его норм.

Как правило, основными функциями сленга считаются: когнитивная, номинативная, экспрессивная, мировоззренческая, эзотерическая, идентификационная (сигнальная), функция экономии времени (языковой экономии).

Коммуникативная функция направленна на выдвижение сленга как средство общения.

Согласно определению когнитивной (познавательной) функции, данному Г. Ивановой, многие сленговые выражения несут определенную дополнительную информацию о сфере интересов и занятости этих людей и остаются непонятными другим [16, c. 24]. Так, влившись в новую компанию, познакомившись с людьми поближе, человек не только становится осведомленным в значении некоторых фраз, но и узнает для себя что-то новое, пополняя свой лексикон для дальнейшего использования.

Номинативная функция - результат адаптации молодежи к техническому прогрессу.

Суть мировоззренческой функции заключается во влиянии на язык возрастных и профессиональных особенностей речи коммуникантов, принадлежность социальной сферы, степени образования и различие культур.

Идентификационная (сигнальная) определяет сленг как некий пароль, который по жестам, манере разговора и прочему, упрощает поиск, установление и поддержание контактов с нужными индивидами.

Функция экономии способствует экономии времени и места за счёт сокращений, аббревиации, используемых в письменной и устной речи [15, с. 13]. Эта функция сленга четко прослеживается в общении между людьми посредством чатов, смс сообщений, социальных сетей, а также в онлайн играх. Как правило, у игроков есть всего пара мгновений, чтобы написать или сказать своим компаньонам что-либо при этом не повлияв на ход игры, поэтому широко используются различные сокращения или аббревиатуры, уже ставшие понятными и принятыми.

Итак, на основе вышесказанного мы установили, что сленг многофункционален. Основной является экспрессивная, так как сленговые слова и выражения, формировавшиеся на протяжении многих лет, не соответствуют принятым стандартам литературного языка, являясь либо его синонимом, либо сниженной, экспрессивно окрашенной лексикой.

**1.3 Место сленга в современной лингвистике**

Язык - особая система коммуникации, а именно деятельность речи, представляющая собой обмен мыслями, ценностями, идеями и определенной информацией. Сленговые единицы используются в общении с целью разбавить речь красочными элементами и вызвать определённое впечатление у оппонента. Они направлены на отражение познавательной деятельности человека и его стремление поделиться накопленными знаниями в процессе общения, своими мыслями и мнением на счет чего-либо.

 Жизнь обычного современного индивида трудно представить без сленга, он окружает нас. Мы встречаем его на афишах, в фильмах и песнях, а иногда и в книгах. Самое главное, что мы слышим сленг в речи от других людей, и от этого развивается английский язык. Но остается вопрос, является сленг положительным или отрицательным влиянием на язык.
Сленг - это неформальный язык, и он известен своим социологическим прошлым, потребностью в сленге. Потребность в сленге исходит от групп, которые находятся вне власти, где много споров, по сути, два лагеря. Одна группа называет себя описыватели, и они, по сути, люди, которые составляют словари, лингвисты, ученые, они смотрят на язык и говорят, что язык меняется, и с этом фактом мы ничего не можем поделать. И есть еще одна группа, называемая предписыватели. Они - те, кто говорят, что изменение языка - это распад языка, а они выступают за то, чтобы сохранить форму языка как можно дольше. Но, по нашему мнению, все эти изменения компенсируются тем, что язык поддерживает равновесие во времени. Мы приняли сторону, что язык развивается и появление сленг играет неотъемлемую позитивную роль в современной лингвистике.
Сленг является источником инноваций на любом языке. Язык постоянно развивается, и сленг - это еще один способ решения этой проблемы.

У сленга есть свои недостатки, но с точки зрения помощи в обучении, он дает возможность учащимся понять, что старые новые слова играют неотъемлемую роль, и поэтому в образовательных целях сленг неоценим и необходим. Так, иногда молодежь использует новые слова по-старому, заменяя нужную интонацию своей, произношение или даже значение слова. К примеру, SWAG - это внешний вид или стиль, в котором кто-то представляет себя, добавляя к этому какой-либо свой особый смысл. Это слово происходит от того, каким образом моряк качался со стороны на кораблях, и с тех пор он нашел своего мудреца в 21-м веке на английском языке [51, c. 87].

На наш взгляд, сленг объединяет студентов. Он объединяет подростков и помогает им чувствовать себя более комфортно в пространстве и принимать больше попыток думать о новых концепциях и изучать их идеи, если они используют язык, который им удобен, и они более склонны участвовать в обсуждениях в классе. Сленг - это органичная вещь, язык постоянно растет, развивается и меняется, новые слова приходят и уходят все время. Таким образом, мы думаем, что природой в языке заложен сленг и новые слова, которые создаются.

Молодежь ответственно, как в социальных, так и в школьных условиях, сленг может стать отличным инструментом, чтобы заинтересовать учащихся в развитии их языка.

Сленг - это разновидность языка, которая присутствует всегда, поэтому вчерашний сленг становится сегодня более формальным языком. У лингвистов нет способа предсказать, какой язык станет формализованным. Но мы можем оглянуться назад на 1950-е годы и увидеть такие слова, как «broad» для женщины и «gam» для ноги. Эти термины в настоящее время имеют своего рода долгое признание в языке, сегодня они все еще считаются неформальными, но они были интегрированы в английский. Скажем, что, где бы ни были внешние группы, скажем, молодежь или даже рэп-культура сегодня, существует множество различных терминов из этих областей, которые станут формализованными. Так что в прошлом мы могли выглядеть как «cool», которое сегодня очень часто используется всеми. Когда-то это как отдельный феномен в определенной группе, используемой определенной группой ораторов. Невозможно предсказать, каким будет сленг в будущем, но мы можем сказать, что он определенно будет существовать, потому что он заполняет это фразеологическое колено.

Безусловно, на наш взгляд, сленг играет немаловажную роль в развитии диалектов языка. У афроамериканцев есть диалект, который во многом отдален от стандартного английского языка, к которому привыкли люди в Соединенных Штатах. Среди его особенностей то, что некоторые люди называют сленговым словарным запасом, но часто словарный запас, который имеет отношение к значению, противоположен тому, что является традиционным обозначением. Они также включают в себя определенные виды грамматических различий.

При рассмотрении сленга в контексте английского языка мы должны учитывать такой феномен как эбоникс, то есть американский вариант английского литературного языка, как правило состоящий из уличного сленга. Эбоникс развит среди афроамериканских меньшинств, особенно в более бедных районах крупных городов. Он не только имеет свой собственный сленг для единой грамматической структуры. Некоторые люди видят в этом загрязнение языка и символ грамотности, и, по словам Ричарда Уайта из администрации «Журнала темнокожих», труднее преподавать английский язык среди обедневших меньшинств, но важно то, что для любого человека с хорошим слухом это имеет смысл и это самый удобный английский язык, который когда-либо был. Ebonics - основной английский язык, введенный в 21-м веке, и он, вероятно, будет способствовать его развитию в музыке, литературе и кино.

Мы видим, что сленг нацелен на то, чтобы остаться. Мы не знаем наверняка, как будет выглядеть английский язык через сто или даже десять лет, но мы точно знаем, что сленг движется в правильном направлении. И важно участие каждого человека в развитии английского языка.

Мы смело можем говорить о том, что американский молодежный сленг является незаменимым компонентом разговорной речи. Вспомним высказывание известного сленголога Э. Партриджа, заключающееся в том, что существование литературного стандартного языка как такового не представляется возможным без сленга, ровно также как и сленг не может существовать без некой базы – стандартного литературного языка. Это говорит нам о том, что американский сленг есть обязательная составляющая языка и культуры определенного народа [51, с. 112].

Иначе говоря, сленг проник в общенародный обиходный язык, который, как считает В. Телия, представляет собой хранилище, транскриптор и знаковое воплощение культуры народа[32, c.52].

Как известно люди разных возрастных групп используют сленговые выражение порой непонятные участникам других возрастных групп. К примеру, выражение «the cat`s pijamas» употребляется в процессе коммуникации, в основном, людьми более зрелого возраста. Они подразумевают под данным словосочетанием нечто великолепное, изумительное, особо прекрасное или приятное. Данная интерпретация объясняется тем, что пижама впервые появилась в США в 1920-х годах и была, безусловно, шокирующей новинкой. «The cat» же в этом выражении скорее всего исходит из британского сленга 1770-х годов в значении «нужная или желанная вещь», потому что такая желанная вещь заставляла человека «grin like a Cheshire cat»[49, c.64]. Приведем пример: It`s a good film. It`s the cat`s pajamas. Впрочем, вместо слова cat может использоваться слово real, несущий в себе тот же смысл и окраску. (It`s a real pajamas. - Это просто замечательно/ великолепно.)

Существует великое множество примеров использования слов разных коннотативных оттенков разными возрастными группами людей. Так слово «broad» в основном, используется старшим поколением людей, в то время как «chick» или «tomato» (девушка, женщина) активно встречается в речи молодежи, так же как и слово dude (друг, приятель, парень), которую так часто употребляют молодые американцы, единицы wet blanket (зануда, скучный человек) и to give a buzz (звякнуть, позвонить)

*Give me a buzz* when you get home.

What should I talk with this *wet blanket* about?

Примеры активного употребления сленга часто встречаемы и в американской литературе:

Stop *horsing around* when I’m talking to you.

Let's meet, *kiss a baby* and finally talk about sore.

Hey baby! I just wanted to say that I *like your peepers*!

Think again before agreeing. You're *playing a Russian roulette*!

I`ve heard that Charles was promoted yesterday. - It is not surprising, because he is such an *apple-polisher*!

В перечисленных нами примерах вербальной речи героев сленгизмы и фразеологизмы трактуются следующим образом: horsing around –имеет значение валять дурака, беситься, не слушаться; kiss a baby - пропустить рюмашку, выпить; like your peepers - мне нравятся твои глаза; to play a Russian roulette - рисковать; apple-polisher - подхалим, лизоблюд.

Итак, становится очевидным тот факт, что отсутствие сленга в речевых актах, предполагает, в основном, безынтересную, серую, невыразительную речь, не несущую в себе красочных эмоциональных обертонов. И так как каждый индивид желает изложить информацию собеседнику более эмоционально и остроумно, он вынужден использовать сниженные лексические единицы языка. Что ещё раз подтверждает многофункциональность сленга в коммуникативных актах, в которых сленг играет достаточно важную роль.

**1.4 Источники и пути развития молодежного сленга**

Большинство субкультур, как правило, черпают слова и фразы из смежного языка (а не создают много новых слов) и придают этим устоявшимся терминам новые и особые значения; некоторые заимствования из иностранных языков, включая языки американских индейцев, являются традиционными. Некоторые профессии, такие как медицина, юриспруденция, психология, социология, инженерия и электроника, имеют тенденцию создавать неологизмы, часто основанные на греческих или латинских корнях, но они не являются основными источниками сленга, хотя медсестры и студенты-медики адаптируют некоторые медицинские термины, а некоторые подразделения вооруженных сил свободно заимствуют термины из техники и электроники.

Многие сленговые единицы не просто придумываются из ниоткуда, а создаются субкультурами путем придания уже существующим терминам новых особых значений и интерпретаций. Тем самым, процессы, благодаря которым слова становятся сленгом, предполагают, что слова в языке изменяют свою форму или значение. Также к этим процессам относится использование многочисленных средств выразительности таких как метафора, сравнение, народная этимология, искажение звуков в словах, обобщение, специализация, отсечение, использование акронимов, возвышение, метонимия, синекдоха, гипербола, заимствования из иностранных языков и игра слов.

Сленг проникая из различных субкультур неизбежно находит свое отражение в центральной, доминирующе культуре. Те или иные слова могут впасть в анабиоз или дремать в доминирующей культуре в течение длительного времени. Другие, что ярко выражают идею, уже скрытую в доминирующей культуре - немедленно подхватываются и активно применяются в речи. Во времена, когда такого явления как СМИ не существовало, новые термины постепенно проникали в доминирующую культуру, а передавались устным путем. Сегодня спортивный комментатор, репортер новостей или комик может ввести живое новое слово, уже использованное группой, в миллионы домов одновременно, почти мгновенно придав ему популярность. Например, термин «uptight» впервые использовался в основном криминальными наркоманами для обозначения наступления стресса при отказе от наркотиков. Позже, по причине возросшего интереса журналистов к вопросам наркобизнеса, термин стал широко применяться в доминирующей культуре для обозначения тревоги или напряжения, не связанных с употреблением наркотиков. Так, он сохранил свою форму, но изменил значение [45, c. 112]. Но вместе с тем, термины могут меняться полностью.

Другие термины могут изменить свою форму (или как форму, так и значение), например «one for the book» (означает что-нибудь неожиданное или невероятное). Спортивные обозреватели в США заимствовали этот термин приблизительно в 1920 году из профессионального языка тогдашних легальных букмекеров, которые выстраивались в очередь на ипподромах по утрам («the morning line» - опубликованный список букмекерских контор и вероятные шансы на каждую гонку, которая состоится позже в тот же день). Термин по-прежнему фигурально используется на каждой спортивной странице, чтобы делать ставки на дневные гонки. Сленг распространяется по многим другим каналам, например, музыкальным, материалы которых для посвященных часто богаты двойным смыслом.

Некоторые сленговые единицы внезапно могут обрести популярность. Оно может влиться в общее пользование сохранив свое первоначальное сленговое значение, либо же с измененным. К слову, сленговые концепты некоторых слов сохранились, и используются до сих пор. Появление в ХХ-м веке средств массовой информации способствовало как быстрому распространению сленгизмов, так и скорому исчезновению многих из них. Влияние СМИ на сленг не оспоримо, так, к примеру, благодаря романам и телепередачам криминальный жаргон постепенно перерос в сленг (Fatcat в значении деловой). Наряду со СМИ на сленг может оказывать влияние изменения социального строя.

Источником сленга может послужить противопоставление ценностей, как не особо важных, так и значимых. Применяя язык по-новому с целью выражения определенной эмоции или задумки, при этом обладая острым умом, человек может непреднамеренно создать новые сленговые выражения, Однако, если другие люди не подхватят это слово и оно не войдет в обиход, то оно попросту забудется и исчезнет. В случае, если какой-либо член группы поймет, что созданное индивидом новое слово отражает идеи группы и перекликается с их эмоциями, то оно поддерживается всеми участниками группы и получает свое использование в рамках данной общности. Таким образом, сленг может выражать определенное отношение, не всегда пейоративное исходящее от одной группы лиц к ценностям другой. В некоторых случаях сленговые выражения, появляясь внутри отдельно взятой общности, могут нарочно высмеивать и оскорблять ее собственные ценности: «stick in the mud» (растяпа), «dead presidents» (доллары) «silly billy» (простак, деревенщина). Так, мы можем говорить о том, что сленг чаще всего создается общностью или группой, а не отдельно взятым индивидом. Ведь как мы уже сказали, для обеспечения дальнейшего существования сленговой единицы необходимо принятие ее другими лицами. Именно по этой причине определение происхождения тех или иных сленгизмов иногда представляется сложным. Допустим, такие имена как fuzz (полиция), pig (мент), fink (доносчик) и bull (полицейский) для полицейских, не были созданы сотрудниками закона. Тем самым показывается отношение народа к правоохранительным органам.

Сленг поступает от таких разновидностей субкультур как группы наркоманов, сельскохозяйственные группы населения, политические организации, вооруженные силы, цыгане, а также от различных видов спортивных групп. Некоторые из наиболее частых источников сленга - это субкультуры профессиональных преступников, которые мигрировали в Новый Свет с XVI-го века. Некоторые воры прошлых времен даже на сегодняшний день нарекают себя FFV - First Families of Virginia [34, c. 28].

В криминальных субкультурах давление, оказываемое доминирующей культурой, усиливает уже действующие внутренние силы, и формирующийся там сленг подчеркивает ценности, установки и методы субкультуры.

**Выводы к разделу**

В ходе исследований нами было выявлено, что на сегодняшний день не существует точного определения сленга. В то же время нет достоверных сведений насчет происхождения слова «сленг».

Роль сленга на сегодняшний день трудно переоценить. Мы считаем, что американский сленг является важным компонентом просторечия, разговорной речи. Сленг - незаменимая часть любого языка на Земле, искоренение которого бессмысленно и попросту не предоставляется возможным. Проникнув практически во все сферы жизнедеятельности человека, сленг встречается почти повсюду. Без него уже трудно представить жизнь молодых людей любой страны. Так, к примеру, в школах, колледжах, университетах сленговые единицы употребляются особенно широко.

Помимо этого, американский молодежный сленг активно встречается в произведениях американских писателей. Он служит инструментом передачи внутреннего мира литературных персонажей и позволяет читателям соотнести того ли иного героя к определенному пласту общества и сформировать красочное представление о нем. Ярким примером к вышесказанному может послужить книга Д.Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи».

Что касается функций молодежного сленга, то на сегодняшний день не существует единого мнения о них. В данной главе мы рассмотрели следующие основные функции сленга: когнитивная, номинативная, экспрессивная, мировоззренческая, эзотерическая, идентификационная (сигнальная), функция экономии времени (языковой экономии). Основополагающей функция была определена экспрессивная, поскольку сленг - это сложившийся в течение многих лет, несоответствующий общелитературным стандартам, разговорный, экспрессивно окрашенный слой лексики, часто с грубовато-шутливым оттенком.

Говоря об источниках и путях развития молодежного сленга, мы хотели бы отметить, что сленг в основном создается путем заимствования слов субкультурами из смежных языков. Уже устоявшиеся термины могут обрастать новыми особыми значениями. Процессы, благодаря которым слова становятся сленгом, предполагают использование различных средств выразительности (метафор, сокращений, сравнений, акронимов и т.д.). Засчет этого слова в языке изменяют свою форму и значение. Распространению же сленга способствуют такие каналы, как популярные песни, СМИ, развитие технологий и Интернет.

Источниками появления сленга могут послужить различные профессиональные группы, такие как полиция, медицинские работники, компьютерные специалисты, а также подростки, жители гетто и вещательные организации. Сленговые выражения направлены на отражение ценностей членов отдельных групп общества и их отношение к чему-либо. Они способствуют формированию групповой идентичности и передают информацию о говорящих, их опыте и мировоззрениях.

Также нами было установлено, что сленг, появляясь внутри какой-либо группы, может высмеивать или оскорблять ее собственные ценности, часто в шутливой манере. Сленг, как правило, создается целым обществом, а не отдельным человеком.

Изучив некоторые разновидности американского молодежного сленга, мы выявили, что сленг подразделяется на общий и специальный. Общий сленг направлен на объединение слов, не являющихся специфическими для любой социальной или профессиональной группы и выполняют выразительную функцию. Слова общего сленга являются общепонятными и широко распространены в речи. Специальный сленг содержит в себе профильные слова, имеющие определенное узкое значение и используемые отдельными независимыми группами лиц: подростками, студентами, криминалами и т.д. в то же время являясь неоднородным и несущим скрытое значение. Среди основных форм сленга исследователи выделяют: старые слова, используемые по-новому; сокращенные или удлиненные слова; акронимы; фигуры речи; неологизмы; слияние и рифмованный сленг.

**2 Анализ лингвистических характеристик современного американского молодежного сленга**

**2.1** **Основные разновидности американского молодежного сленга**

Заслуженный филолог, лингвист М. М. Маковский относил сленг к, так скажем, социальным диалектам. Социальные диалекты - это разновидности языка, которые используются определенными социальными группами. Помимо сленга социальные диалекты включают в себя: жаргон и арго. Таким образом, эти социальные подъязыки, согласно этой классификации, следует рассматривать как независимые [21, c. 85].

В нашей работе мы оперировали понятиями «жаргон» и «арго», поэтому считаем необходимым конкретизировать следующие термины.

Термин «жаргон» понимается как социальная разновидность речи относительно открытой группы людей, объединенных общностью интересов, занятий, профессий, привычек или возраста. Жаргон может включать как термины, так и неофициальные заменители терминов, которые используются намеренно с целью передать определённое отношение или идею.

Арго – речь отдельных замкнутых групп (воров, бродяг), засекреченный, искусственный язык преступного мира, известный лишь посвященным и бытующий только в их среде в устной форме [24, c. 128]. Термин «арго» используется непоследовательно, не имеет устойчивого объема значения и часто обозначает профессиональную речь.

Сленг подразделяется на общий и специальный, где специальный сленг неоднороден. Существенная разница между общим и специальным сленгом обусловлена тем фактом, что первый имеет выразительную функцию, тогда как во второй главным является скрытый смысл. Лексемы общего сленга характеризуются четкой мотивированностью, они нацелены на выражение определенной идеи, например, «gate-crasher» - вероломник, незваный гость, безбилетник; «to sell someone a pup again» - обмануть при покупке, смошенничать; «to get someone bare» - застать врасплох. В то время как термины специального сленга, не несут в себе никакой цели или мотивации. Их особенность заключается в скрытом значении, которое понятно лишь членам определенной группы, например: «frog» (придурок, мерзавец), «to dog» (преследовать, следить), «jellyfish» (бесхарактерный человек) [29, c. 68].

Исследователи не исключают тот факт, что слова специального сленга могут со временем перейти в ранг «общий сленг», так как границы общего и специального сленга не всегда точные и четкие.

В качестве примера перехода слова из одной группы сленга в другую приведем лексему «handicap». Когда-то этот термин означал тип торговли или сделки, в которой две стороны предлагали свои товары, оцениваемые безучастным третьим лицом, которое гарантировало, что оба товара были равноценного качества. Если оба торговца соглашались с оценкой этого лица, они клали в его кепку небольшую сумму в качестве оплаты как для участника сделки; в случае несогласия он не получал ничего. Позже первоначальное значение «относительная оценка ценности чего-либо» дало начало выражению «handicap races», в которых определенно сильным участникам нарочно мешали и создавали препятствия для обеспечения справедливых забегов. Так, благодаря миру скачек слово «handicap» стало означать препятствие или помеху.

Как известно, наиболее часто сленг встречается в устной речи людей, а не в письменной форме, и как правило, при общении со знакомыми или друзьями. В следствие этого, сленговые словосочетания можно назвать «разговорными выражениями», которые используются в повседневных беседах, но не подходят для официальной речи или письма.

Что же отличает разговорные слова и сленг? Характерная отличительная черта заключается в эмоциональной окраске сленга и разговорных выражений. Здесь сленг обладает более высокой степенью эмоциональной окраски. В словарях эти два понятия графически обозначены как «sl.» И «coll» [25, c. 72].

Сленговые конструкции могут формироваться при помощи тех ще процессов, которые оказывают влияние на обычную речь. В частности, некоторые выражения способны принимать форму метафор, сравнений и других речевых фигур (to sleep as a log – cпать как убитый). Лексические единицы могут обрастать новыми значениями. Может наблюдаться генерализация значений некоторых слов («wretch», изначально имело значение изгнанник, позже это слово стало использоваться для обозначения любого несчастного или подлого человека).

В современной лингвистике исследователями выделено семь основных форм сленга. Формирование сленга каждой из форм определяется разными процессами:

1) старые слова используемые по-новому;

Значительная масса сленговых единиц представляет собой как раз новое использование старых устоявшийся слов или словосочетаний. Например: «dig» (ловить кайф, тащиться) о музыке, фильмах и многом другом: «We`re digging the pop-music.» - это сленг, но «dig» (копать) землю - это не сленг. «GOAT» (комплимент) является аббревиатурой выражения «The Greatest of All Time», означающая «величайший из всех времен» - сленг, а «goat» коза - стандартный английский.

2) усеченные или удлиненные слова;

Процесс создания нового слова путем удаления одного или нескольких слогов из более длинного слова называется «отсечение». Данный способ дает начало многим терминам, включая «fam», сокращение от «family», что означает «компания близкий друзей»; «bro», сокращение от «brother»; и «doc», сокращение от «doctor».

Иной разновидностью укороченного слова выступает обратная формация. Многие сленговые образования являются глаголами и были образованы путем отбрасывания окончания существительного: «Bants» (прикол, стеб) от «banter»; «Ledge» (легенда (преувеличение)), от «Legend», «circ» от «circumstance» и «brolly» от «umbrella».

Равны образом новое сленговое слово может быть создано при помощи добавления окончания к существующему: «payola» (graft) от «pay»; и «Slugfest» (бой), от «Slug» (ударить).

3) фигуры речи;

Говоря о формах образования сленга не стоит забывать о фигурах речи или как их называют – тропах. Это особые обороты речи, используемые для усиления экспрессивности высказывания. Среди сленговых фигур речи прежде всего нами вспоминается метафора, подразумевающая скрытое сравнение двух разных вещей. Так, сленговая метафора «top brass» означает высший чин, верхушку общества.

Сразу же за метафорой следует метонимия, суть которой состоит в замене какого-либо предмета его качеством или свойством: «crown» (власть, король /королева) и «white collars» (офисные служащие, клерки).

4) акронимы;

Акронимы - это слова, образованные путем сокращения, состоящие из первых букв или слогов слов во фразе: «DIY» от «Do It Yourself»; и «BAE» от «Before Anyone Else» [37, c. 106].

5) неологизмы;

Неологизмы - это новые, авторские, выдуманные слова или фразы. Сленговые неологизмы включают: «loо» (туалет), «young turk» (начинающий предприниматель), «bumma» (плохие вести) и «bimbo» (красивая, но глупая девушка).

6) слияние;

Слияние - способ формирования новых сленговых единиц путем соединения первой части одного слова со второй частью другого: «WEBISODE» (эпизод или сериал, созданный исключительно для онлайн-просмотра)

7) рифмованный сленг.

Рифмованный сленг - это форма организации фразы, которая подразумевает замену слов другими, которые рифмуются с ними, а также носит название кокни: «easy-peasy» (легче, чем казалось) и «razzle-dazzle» (суматоха, возня). В настоящее время обсуждается вопрос касаемо рифмованного сленга: следует ли его называть рифмованным? Дело в том, что он постепенно теряет свой рифмующий элемент.

Как правило сленговые слова мало чем отличимы от обычных слов по звучанию, грамматике или другим характеристикам, так как сленгизмы возникают так же как и все остальные слова в языке. Это говорит прежде всего о наличии у них общих черт.

Поскольку исследования, проводимые в данной работе, предполагают, что знание языка сленга является значимым компонентом в развитии языковых навыков, мы считаем необходимым осветить основные особенности сленга.

**2.2 Языковые особенности американского молодёжного сленга**

Как уже говорилось ранее, сленг является важной составляющей языковой компетенции, влияющей на ее развитие. Поэтому целесообразно представить основные характеристики молодежного сленга. Характеристики классифицируются следующим образом: фонетические характеристики, грамматические характеристики, словообразовательные характеристики и орфографические характеристики:

– фонетические характеристики:

1) Литературный вариант дифтонга [ou] выражен дифтонгом [au]. Например: go [gau]; or row [rau];

2) Дифтонг [ai], выраженный графически в открытом слоге буквой «I», произносится как [oi], например, time [toim], fine [foin], line [loin], и т. д.;

3) В безударном слоге [ai] сокращается до [i], например, by myself [ bi mi`self];

4) Короткий звук [i] произносится на сленге как [e], например, dinner [`denər], children [`t ʃeldren], spirit [`sperit];

5) Литературный вариант звука [ju:] выражается в сленге как [u:], например: new [nu:], student [`stu:dnt], suit [su:t];

6) Короткий [o ]выражается как [ə], например: god [gəd], dog [dəg], loss [ləs];

7) Short [u] произносится как [i] или [e]. Например: “sich” or “seck” instead of “such”, “jist” or “jest” instead of “just”;

8) Иногда звуки [t] и [d] после согласного звука опускаются, например: an old chap [ən ` əʊl ` t ʃəp], I wonder [ai ` w ʌnə], you must go [ju ms `gau];

9) Безударные слоги часто опускаются, например: `stead (=instead), `cept (=except), `cos (=because);

– грамматические характеристики:

1) Прилагательные часто используются вместо наречий, например: It was done quick. It must be done proper;

2) Вместо личных местоимений в именительном падеже используются личные местоимения в дательном падеже, например: me and her are great friends;

3) “who” используется вместо “whom”, e.g.: for who, on who;

4) Модели императива также очень интересны: Leave (=let) me go! Be going!;

5) Форма «ain't» может обозначать литературные варианты am not, is not, are not;

6) Past Participle может использоваться вместо Past Indefinite, например: I done it, I begun;

7) «That» используется вместо «so», например: He was that stuck up: it was that boring;

8) Вместо «why» используется слово «what for», например: What for did`e come?;

– словообразовательные характеристики:

1) В сленге некоторые слова приобретают статус полусуффиксов. Например, слово «monkey» используется в качестве полусуффикса, означающего «рабочий», например: air-monkey, broom-monkey, company-monkey;

2) В случае c «hamburger», слово разделилось на «ветчина» и «бургер», где последний превратился в независимый суффикс, например: beefburger, sausageburger, turkey-burger;

3) Слово «dog», будучи полу-суффиксом, является синонимом слова «man» (обычно хитрый или счастливый человек), например: funny dog, lucky dog, smart dog;

4) Суффикс «o», который не имеет особого значения, но имеет некоторую сленговую окраску, например: «weirdo» (от weird), «sicko» (от sick), «wrongo» (от wrong);

5) Процесс формирования новых слов в сленге характеризуется использованием дублирования, которое иногда сопровождается имитацией звука, например: boom-boom (ружье), buzz-buzz, dingy-dingy (безумный), dum-dum ( дурак);

6) Сленг также характеризуется рифмованной комбинацией, boob-tube (TV), cheat-sheet (шпаргалка), kick-stick (сигарета с марихуаной);

– орфографические характеристики:

1) «going to», «want to» и «have got to» заменяются «gonna», «wanna» и «gotta»; «We don`t wanna to buy it»

« I gotta write the essay»;

2) «because» заменяется на «coz»: «coz I don`t actually like theatre»,

 «Cus»: «cus, he looks sad»

«Cuz»: cuz thrillers scares him very much»

«Cause»: cause I was not prepared enough»

«About» заменяется «`bout»: «What are you talking `bout?»;

3) Такие фразы, как «get you» или «got you» графически могут быть выражены как «getcha» и «gotcha»;

4) – ing форма представлена как - in': kickin';

5) «ya» может означать «your» или «you» или «you're»:

«Ya looking pretty good today»

«How much I appreciate ya»;

6) Вспомогательный глагол «are» можно заменить одной буквой «r», а личное местоимение «you» - буквой «u», предлог «for» можно заменить на «4».

«How r u?» «I`m looking 4 u»

8) «too» или «to» можно графически выразить как «2»: «I love u 2»;

9) «out of» заменяется «outta»:

«Somethin' got outta hand».

Подводя итог всему вышеописанному, необходимо еще раз упомянуть, что существует две классификации, определяющие сленг:

1) жаргон и арго вместе составляют специальный сленг. Существует также общий сленг, который не ограничен какой-либо конкретной профессиональной группой;

2) сленг, жаргон и арго вместе составляют группу социальных диалектов. Все они считаются независимыми. Разговорным словам или выражениям нет места ни в одной из этих классификаций. Это совершенно другое явление, и его следует отличать от сленга.

Сленговые выражения возникают так же, как и другие слова. Сленговые слова могут быть представлены в разных формах.

Сленговые слова, как и любые другие слова, характеризуются с точки зрения фонетики, грамматики и словообразования. Все эти средства придают сленгу эмоциональную окраску и выразительность.

**Выводы к разделу**

Исходя из результатов нашего исследования, мы установили, языковые характеристики сленга классифицируются следующим образом: фонетические, грамматические, словообразовательные и орфографические характеристики. Сленговые выражения возникают так же, как и другие слова и могут быть представлены в разных формах.

Рассмотрев основные стилистические особенности молодежного сленга, мы определили, что большая часть сленга - это лексические единицы, которые являются версией нейтральных или разговорных слов. Они не используются в официальной речи. Много лексики было взято из лексикона наркоманов. Сленг может быть представлен междометиями, чаще всего представленными короткими криками или различными формами звукоподражания. Данные средства передают различные степени удивления, тем самым направлены на непосредственное выражение чувств и эмоций говорящего.

Мы считаем важным отметить, что аббревиатуры также могут рассматриваться как «сленг». Как правило, они очень распространенные и часто используемые в простой речи. Кроме того, даже самые обыденные слова и выражения английского литературного языка могут в ряде случаев переводиться в разряде «сленг».

Вместе с тем следует подчеркнуть, что основной отличительной характеристикой сленга является высокая эмоциональность, склонность к сокращению слова. Сленг используется в основном узкими кругами лиц, связанных конкретным стилем мышления, идеями и позицией.

В итоге мы пришли к выводу, что сленг прочно укореняется среди молодежи и оказывает свое влияние на них. Но вопрос взаимодействия молодежного сленга и средств массовой информации пока остается открытым. Поэтому в заключительной главе нашей работы мы сделаем попытку определить место американского молодежного в массовой коммуникации, а также подробно разберем некоторые случаи использования сленга в новостях американских телевизионных каналов.

**3 Взаимодействие языка СМИ и молодежного сленга**

**3.1 Функционирование молодежного сленга в американской массовой коммуникации**

Почти каждый человек получает информацию о мировых, национальных и местных событиях из средств массовой информации. Этот факт наделяет как печатную, так и радиовещательную журналистику важными функциями, которые предполагают влияние на общественное мнение, определение политической повестки дня, обеспечение связи между правительством и народом, выполнение функций правительства и влияние на социализацию.

Средства массовой информации не только сообщают о результатах опросов общественного мнения, проведенных сторонними организациями, но и все чаще включают в свои выпуски новостей собственные опросы. Что еще более важно, газеты и телевидение также помогают формировать общественное мнение. Исследования показали, что на позиции, занимаемые американцами по критическим вопросам, влияют средства массовой информации, особенно когда СМИ расходятся во мнениях и проводят углубленный анализ.

Средства массовой информации - это инструмент, с помощью которого правительство информирует, объясняет и пытается заручиться поддержкой своих зрителей.

Средства массовой информации, в первую очередь благодаря своим новостям, репортажам и анализу, влияют на то, что и как мы узнаем о политике, на наши собственные политические взгляды. Наряду с семьей, школами и религиозными организациями телевидение становится частью процесса, посредством которого люди изучают ценности общества и понимают, что общество ожидает от них. В связи с этим влияние приходит в первую очередь от развлекательных программ. Телевизионное изображение меньшинств и женщин, семейных отношений и места религии в американской оказывает мощное влияние на взгляды людей [18, c. 31].

Некоторые исследователи считают, что американцы, особенно американские дети, имитируют поведение, наблюдаемое в средствах массовой информации. Поэтому их беспокоит количество контента, носящего сексуальный характер и связанного с насилием, на телевидении. Эта теория поведения не до конца обоснована, и, конечно, ей не хватает последовательных и весомых научных доказательств. Тем не менее перспектива представляет собой значительную политическую силу, поскольку она связывает социальных консерваторов, которые не одобряют сексуальную распущенность, с социальными либералами, которые не принимают культуру оружия Америки.

Что касается непосредственно сленга, сегодня он активно встречается во всех видах СМИ и используется не только молодежью, но и людьми всех возрастов и социальных слоев населения Умение использовать сленг определяет место человека в обществе, позволяет не только сформировать мнение о человеке, но и оказывать определенное воздействие на его сознание. Что обуславливает широкое использование сленга по всему миру.

Огромное влияние на развитие и распространение сленга, безусловно, оказал Интернет. Выходя в сеть Интернет, общаясь с друзьями и присоединяясь к форумам, можно столкнуться с рядом сокращений и аббревиатур смысл которых неясен. Они называются Интернет-сленгом, Chatspeak, Netspeak, кибер-сленг или Интернет сокращениями.

Они популяризируются тысячами онлайн-пользователей. В некоторых случаях именно пользователи и являются авторами многих из этих сокращений Интернета. На самом деле оригинальные термины, используемые отправителями текстовых сообщений, были вызваны необходимостью из-за ограничения количества символов в ранних версиях мобильных телефонов.

Тем не менее интернет-сленг был создан, когда Интернет только начал приобретать популярность, но некоторые из описываемых единиц появились раньше, чем Интернет. Они облегчают общение лишь с теми участниками коммуникации, которые разбираются в указанной теме.

Интернет становится благодатной почвой для развития нового сленга благодаря доступности информации, позволяющей создавать новые языки для различных онлайн-групп. Фактически интернет-сленг предоставляет интернет-сообществам свободно проявлять свою индивидуальность, потому что они могут придумывать новые слова, соответствующие их потребностям.

Помимо сленговых аббревиатур и сокращений, есть также множество выражений. Одно из популярных выражений - «I can't even», которое кажется неполным. Впервые оно появилось в сети в 2005 году. Выражение применяется для вербальной демонстрации любой интенсивной эмоции.

Необходимо уточнить, что Интернет - не единственный источник подобных неологизмов. К дополнительным источникам следует отнести вещательные СМИ. В качестве примера можно назвать популярные шоу, такие как радиопостановка 1940-х годов под названием «It's That Man Again», которая на данный момент стала источником лексемы TTFN (или Ta Ta). Гомер Симпсон, персонаж мультипликационного сериала «Симпсоны», популяризировал выражение «doh» или «duh», как комментарий по поводу чьих-то неприемлемых слов/ поступков. Он был настолько популярен, что попал в Оксфордский словарь английского языка. Реалии повседневной жизни также вносят свой вклад в развитие данного пласта лексики: во фразе «Give me the 4-1-1» 4-11 - это номер, который можно набрать, для запроса информации [23, с. 31].

Можно сказать, что Интернет и повсеместное использование гаджетов диктуют правила и особенности молодежного сленга и жаргона. Упомянутые особенности заключаются в максимально быстром и кратком информировании, часто посредством смс-сленга. Под смс-сленгом подразумевается упрощение, сокращение слов, использование символов вместо слов и т.д. За последние несколько лет язык смс-сленга прочно закрепился в повседневной жизни людей, так как довольно часто люди связываются друг с другом именно путем отправления кратких сообщений. Поэтому не удивительно, что в каждой стране у пользователей мобильной связи сформировался свой национальный смс-сленг. Как любой человеческий язык, язык смс-сообщений также претерпел некоторые изменения, в следствие которых появились новые значение и правила. К примеру, широкое употребление приобрело множество английский сокращений и аббревиатур типа «BRB» - be right back (скоро вернусь), asap – “as soon as possible” (как можно быстрее), «BTW» - by the wаy (кстати), «TGIF» - Thank God Its Friday (ура, сегодня уже пятница) и многие другие. Нередки случаи составления фраз смс-сленга при помощи цифр, что значительно экономит время и пространство, но также осложняет процесс понимая сообщения людьми старшего поколения: «HB2U» - Happy birthday to you (с днем рождения), L8R – later (позже), 2morrow – “tomorrow” (завтра), w8 – wait (подожди), m8 – mate (коллега, товарищ), any1 – anyone (кто-нибудь) [23, с. 42].

Феномен смс-сленга уже давно привлек внимание ученых, пытающихся выявить его природу проанализировать тенденции его развития. По прогнозам скептиков, язык смс-сообщений должен был исчезнуть по прошествии десятилетий. Однако количество смс-сообщений только увеличилось. Сам язык текстовых сообщений стал более развитым. Более того, его проникновение в культуру общества дало основание изучать его и знать во избежание недопонимания в процессе коммуникации. Но есть ли будущее у смс-сленга? На этот счет мнения специалистов расходятся. Одни полагают, что новые сленговые единицы, возникшие благодаря использованию смс и Интернета, обогащают нашу речь, делая ее более красочной, другие – что данные неологизмы лишь приводят к засорению языка и его деградации. Тем не менее большинство лингвистов сходятся в одном: язык - это живая материя, меняющаяся изо дня в день, что язык не должен стоять на месте, он обязан развиваться, впитывать в себя все новые и новые слова, потому что если этого не будет, язык перестанет существовать.

**3.2 Репрезентация американского молодежного сленга в новостях американских каналов**

Современная языковая ситуация во многом определяется средствами массовой информации и сетью Интернет. Язык СМИ все больше заполняет наше жизненное пространство, и современная культура становится все медиа центричной. Язык СМИ в речевой современной практике не только сильно влияет на формирование литературных норм, но оказывает мощное воздействие на развитие литературного языка. Если в 19, 20-м веке понятие литературного языка ассоциировалось прежде всего с языком художественной литературы, как мы сегодня говорим, с классическими произведениями, то в наше время эту роль стала выполнять СМИ. Вернее, СМИ претендует на эту роль. Телевидение, радио, печатная пресса, киноиндустрия проникли прочно закрепились в жизни современного среднестатистического человека. И по силе влияния на общество на формирование языкового вкуса на формирование новых литературных норм, безусловно, СМИ оказывает решающее действие.

Можно полагать, что рассчитанные на значительные слои нашего общества средства массовой литературы способствуют освоению и внедрению таких пластов языка как диалекты, разновидность национального языка, как городское просторечие и т.д. То есть разговорные средства стали проникать все активнее в средства массовой информации.

Как известно, ведущие новостных каналов практически не используют в своей речи сленговые единицы как таковые, так как их текст заранее подготовлен профессионалами. Такой текст не может содержать сленговые выражения, для обеспечения понимания сообщения общей массой людей всех возрастов и сфер деятельности.

Тем не менее полностью избежать употребления сленговых выражений в новостных лентах не представляется возможным, хотя частотность и использования относительно мала. Так, например, сленговые единицы можно встретить в прогнозах погоды некоторых телевизионных каналов, в развлекательных новостях, в интервью с приглашенными гостями.

Включив телевизор для просмотра новостей, человек определенно услышит сленг и идиомы в течение первых 30 секунд. Это потому, что они являются частью повседневной жизни.

Так, уже в самом начале новостной телепередачи можно услышать два сленговых выражения. Первое - это “breaking news”. На сегодняшний день слово «break» означает «ломать», «крушить». В выпусках новостей, соответственно, указанное выражение имеет значение «the most important news». Имеются в виду те новости, которые затмевают все остальные. Другое распространенное сленговое выражение можно услышать при просмотре прогнозов погоды: «Today we have good weather on tap». «On tap» в данном случае означает, может произойти что-то нечто незапланированное. Это выражение часто используют во фразах следующего типа: «We have high wind on tap for today» или «we have good weather on tаp for the beaches tomorrow». Это выражение берет свое начало в барах или пабах Барселоны, в которых подают холодное пиво, которое уже готово вылиться из патрубка.

Ниже приведем несколько примеров из выпусков новостей таких известных американских каналах, как CNN, CBS THIS MORNING и Good Morning America (GMA). К примеру, GMA - одно из самых популярных развлекательных новостных шоу в Америке, уже в течение первых 5 минут которого, как правило, используется целый ряд сленговых структур.

Выражение «hit hard by the storm» можно часто услышать в прогнозах погоды. Она означает «быть застигнутым действительно плохой погодой»[47].

«To come clean», в новостях переводится как «признаваться». К примеру: «After being interrogated by the police for over 3 hours the suspect finally *came clean*, he told the police everything» [47].

«Hit list» - это список людей, которых преследует преступник с целью убить или причинить вред. Например: «When the police entered the suspect`s home they found a *hit list* of everyone the suspect was planning to kill.» На сегодняшний день «hit list» также можно использовать в гораздо более позитивном ключе (список людей, по которым хотят «нанести удар», что является сленгом для слова «выбрать», «намечать»). Было бы совершенно нормально сказать «Let`s make a *hit list* of all the people we want to email to come to tomorrow`s party» [47].

«Investigation is winding down» означает, что расследование подходит к концу, оно почти завершено и результаты будут сообщены в ближайшее время. Например: «The police are *winding down their investigation,* very soon we`ll know who the suspects are» [41].

«POTUS» часто используется дикторами и является акронимом к «President of the United States» [41].

«To wear a wire» подразумевает под собой носить записывающее устройство тайно, чтобы затем использовать слова говорящего против него в суде. К примеру: «The president was furious when he found out that someone was *wearing a wire* during all their private meetings» [41].

«An eye opener» относится к некоторой информации, которая заставляет глаза человека широко открыться от удивления, насколько обескураживающая и интересная информация была представлена. Например: «A surprise massive storm is going to hit Hawaii today and it`s the middle of the summer! That`s *an eye opener*» [41].

Выражение «The tables have turned» означает, что ситуация или ход событий резко изменились. Например: «Everyone thought that Bob was the victim of the crime, now we`re finding out if he actually planned the crime himself, now he`s the suspect, suddenly *the tables have turned*» [40].

«Winter wallop» подразумевает «зимний удар» о котором мы говорим, когда зима наступает суровой, с обилием дождей или даже наводнений. Например: «Los Angeles just got *winter wallop,* it`s been raining solid for one week.» Мы также говорим «packs a wallop» чтобы описать суровость погоды: «yesterday`s rain storm was really intense *pack of wallop*.» Также его семантическая составляющая делает возможным использование этого выражения в отношении крепких алкогольных напитков: «Whoa... this drink *packs a wallop*» [40].

«Behind bars» – достаточно популярный оборот со значением «в заключении». Например: «Carl has been *behind bars* for years for committing a crime» [40].

Выражение «top dog» на сегодняшний день переводится как «босс» и раньше использовалось на выставках собак, где победившей собаке присваивался титул «top dog». И оно используется в сленге, со значением «вышестоящее лицо». Например: «Nancy is *top dog* in this office, she makes all the decisions» [40].

«The bottom line» обозначает «вся суть сказанного в одном предложении». Например: «Nick, I`m your boss and I say to you, look, you`re always coming to work late you leave for lunch early you come back from lunch late, you`re not very nice to the other employees... *the bottom line* is that if you don`t change to become nicer I`m going to have to fire you» [47].

«Get clobbered» - это красочный, даже забавный способ сказать, что кто-либо охвачен чем-либо или поставлен в затруднительное положение, например, плохой погодой. Сегодня эту конструкцию можно услышать в новостях. Например: «Today Los Angeles *got clobbered* by rain storm and we did» [40].

Однако, проведя исследования, мы обнаружили, что не только в прогнозах погоды можно выявить употребление сленговых единиц. Они также могут встретиться и новостях, затрагивающих различные дебаты и президентские предвыборные кампании, хоть и реже.

В качестве примера мы привели интервью премьер-министра Джона Хоргана и лидера либералов Эндрю Уилкинсона после дебатов о реформе избирательной системы на Global Television в Бернаби, 08.11.2018.

Либерал MLA (member of the Legislative Assembly) Ральф Султан дает несколько советов премьер-министру Джону Хоргану: «Check yourself before you wreck yourself». Данное выражение мы интерпретировали как «Придержи язык, пока не наделал бед.» или «Лучше держи себя в руках, пока что-нибудь не натворил.»

85-летний MLA, известный своим чувством юмора и использованием сленговых терминов, отреагировал на заявление Хоргана. Премьер Джон Хорган, в свою очередь сказал: «If you were woke, you would know *pro rep is lit*.»

«Woke» в данном контексте - это жаргонный термин, который означает, что кто-то знает о проблемах или восприимчив («awake») к социальной несправедливости, проявляющейся, например, как системный расизм.

Слово «Lit», между тем, имеет менее глубоких смысл. Это также жаргонный термин, который означает, что кто-то пьян или находится под действием наркотических веществ. Также используется, чтобы обозначить что-либо невероятное или захватывающее. К примеру, «Barry's new lawnmower is *lit.* He bought it used but it's good». Смысл предложения состоит в том, что хоть и газонокосилка б/у, тем не менее она хорошая.

«If you were really woke you would know that your PR non-answers last night *ain’t gonna* cut it. The only thing *lit* last night was Andrew’s performance», - сказал Султан в видеоответе в пятницу.

Как мы можем видеть, здесь использованы такие сленговые единицы как «woke, ain`t, gonna, lit».

Также он добавил: «His performance was *cool*, *hoppin’* and *turnted* right up». Здесь мы наблюдаем использование сленговых оборотов: «Hoppin`», образованное путем ассимиляции окончания и слово «cool», со значением «классный». Слово «turnted» в данном случае имеет значение «классный», «блестящий».

Это не первый раз, когда один из старейших MLA подключился к использованию сленговых слов и выражений.

В начале этого года собрание либералов опубликовало в Интернете видео Султана, MLA Донны Барнетт и Уилкинсона, обедающих вместе. И Султан, и Барнетт, которой 75 лет, шутили с Уилкинсоном о том, что они более близки с молодыми избирателями.

«We are on *Snapchat*, we are eating a *S\*\*t-tonne* of avocados and *Instagramming* it». - говорит Султан в видео, опубликованном в июне.

В данном высказывании использованы такие популярные среди молодежи слова как Snapchat, Instagramming. Таким образом, мы можем сделать вывод, что политические лидеры путем использования сленговых единиц делают попытку приобщиться к молодежной среде, и, тем самым, повысить свою популярность среди молодежи.

Вслед за «‘lit» и «woke» Хоргана термин #prislit стал одной из самых популярных тем в Twitter. Премьера спросили об использовании некогда популярных сленговых терминов в медиа-схватке после дебатов.

«I have two millennial kids and I saw a Liv Ullman episode about awoke support group, so no plan, just kind of happened», - сказал Хорган.

Официальная группа кампании YES в пользу пропорционального представительства, использовала «Pro Rep is Lit» в качестве центральной части своей кампании, нацеленной на молодых избирателей.

Приведенные выше примеры показали, что использование сленга направлено на разбавление обычной стандартной речи красками, новизной. Кроме того, сленг служит эффективным инструментом к понимаю той среды общества, сленговые выражения которой использует человек для приобщения. Тем не менее существует множество неудачных случаев использования молодежных сленговых единиц, в результате которых высказывания из уст взрослых людей звучат странно, нелепо и смехотворно даже для самой молодежи.

В качестве примера рассмотрим случай непродуманного злоупотребления сленгом. Так, ведущие телеканала в штате Огайо в США хотели оригинально рассказать об экзаменах в школах, но переборщили с попытками быть с молодёжью на одной волне. Репортёры использовали множество подростковых словечек и фраз, и на видео это выглядит весьма неуместно.

Учащиеся школ в городе Толедо, штат Огайо, должны были пройти стандартные тесты в марте 2019 года. В акте солидарности, поддержки и поощрения местный телеканал WTOL 11 в утренних новостях затронул эту тему, пытаясь привлечь внимание молодежи интересным способом: говоря на их языке.

Ведущие филиала WBS 11 сделали попытку использовать как можно больше актуальных сленговых выражений в 37-секундном новостном сегменте, в котором участвовали телерепортеры Мелисса Эндрюс и Тим Миллер, а также ведущий прогнозов погоды Крис Викерс и репортер дорожного движения Стивен Джексон.

Эндрюс начала с предложения: «It is testing week and it’s time to slay all day». Миллер ответил: «Yeet! Stay woke, be on fleek and get that Gucci breakfast.»

Данным предложением ведущие хотели приободрить учащихся используя слово «Slay», которое в данном контексте переводится как поражать чем-либо, убивать в переносном смысле, например, потрясающим выступлением. Наряду с «to slay» часто употребляется «to kill» в том же значении. Также для достижения цели было использовано выражение «be on fleek». Это один из способов описать что-то очень близкое к совершенству, особенно, в глазах подростков. Слово «Gucci» относится к Итальянскому дому моды, производителю одежды, парфюмерии, аксессуаров и текстиля, в данном же контексте это слово использовано, чтобы описать что-то чрезвычайно крутое или классное.

Далее ролик содержит популярные молодежные фразы, употребляемые ведущими практически в каждом предложении. «Goals! Say ‘Bye Felicia’ to that testing stress. Weather’s gonna be turnt,» - сказала Эндрюс, переходя к метеорологу, который подтвердил, что погода в Толедо «yas», действительно, будет «lit».

Слово «Goals» - означает «цели» и встречается практически везде. Это слово часто употребляют для обозначения желаемого образа жизни или мечты, уже достигнутыми кем-либо. Например, подросток видит новость с фотографиями райского отдыха его любимого блогера и пишет в комментариях «goals», потому что хочет такую же жизнь.

Словосочетание «Bye Felicia» часто употребляется молодежью при прощании с чем-либо неинтересным или надоевшим человеком, имя которого даже не хочется запоминать, поэтому ты просто зовешь его «Felicia». «Bye Felicia» берет свое начало в далеком 1995 в фильме «Пятница», когда соцсетей еще не было.

Сленговая единица «Lit» изначально использовалась при описании очень веселой вечеринки или в стельку пьяного участника подобного мероприятия (синоним: turnt, TU, turned up, faded - напившийся). Однако в последнее время, и в данном репортаже, слово употребляется как синоним к словам fun, amazing, cool, awesome.

«Движение на дорогах будет лучше, чем просто «okurr», - сообщил Джексон. «Fomo won’t be an issue,» - сказал он, напомнив ученикам, как важно было им вовремя прийти в школу на той неделе.

Некогда модное среди молодежи слово «okurr» - является способом сказать «okay», добавляя немного нахальства и / или юмор. Считается, что оно было впервые использовано представителями популярной в масс-культуре семьи Кардашян, но на самом деле он было запущено в 2010 году Лорой Белл Банди «Shocantelle Brown», владельцем и стилистом парикмахерской I Be-Weave, на YouTube.

Широко используемый подростками акроним «FOMO» (Fear Of Missing Out) означает паническую боязнь пропустить что-то важное. «FOMO» заставлял и заставляет учеников читать учебник от корки до корки и посещать все занятия в страхе, что именно упущенный материал попадется на экзамене. Используя это слово в репортаже, ведущие старались приобщиться к подростковой среде и почувствовать себя на их волне и вызвать тем самым интерес к своей работе.

Учитывая 4,5 миллиона просмотров к утру назначенного дня тестирования было ясно, что дети Толедо готовы к их «one hundo p chance of success», как выразился Викерс. Телеведущие попытались уместить в короткий выпуск сразу все возможные молодежные фразочки.

Впрочем, многие пользователи Twitter всё же похвалили телеведущих. Репортёры, по их мнению, хотели повеселить зрителей - и у них это получилось. Кроме того, данный выпуск новостей был направлен исключительно на молодежною аудиторию, для которой употребленные дикторами сленговые единицы были бы понятны и просты. Исходя из этого, можно сказать, что ничего плохого в данном выпуске нет. Вопрос лишь в уместности. Правильное же употребление сленговых фраз не вредит никому.

Другое дело использование сленга в новостях, нацеленных на большую аудиторию, включающую в себя людей всех возрастов и сфер деятельности. Как известно, в устных СМИ есть передачи, находящиеся под двойным контролем авто- и внешней цензуры, такие как новостные каналы BBC News 24, Politics Show, BBC One и Global. Это объясняется тем, что представители старшего поколения, которые если и возражают против сленга, то как раз выступают не против самих слов, а именно против неуместного употребления их в речи.

Приведем скандальный случай применения сленговых единиц в речи телеведущего и корреспондента международного телеканала BBC World News.

Журналист BBC был атакован социальными сетями после использования американского сленга во время репортажа News At Ten. Североамериканский редактор Джон Сопел использовал сленговое слово «fessed» вместо «confessed», в своей статье о скандале с выпусками Volkswagen. Выступая вечером 4 ноября 2015 года во время трансляции, он сказал лондонскому читателю новостей Хью Эдвардсу: «Volkswagen have already fessed to fixing emissions targets on 500,000 vehicles here in the US, what's a few thousand more?»

В отличие от выше описанного примера, употребление сленговой единицы во время новостного репортажа вызвало у пользователей социальных сетей лишь негативные эмоции и непонимание. В понимании большинства, Джон Сопел проявил неуважение, некую дерзость в общении.

Советник лейбористов Стивен Брейн из Гринвича, юго-восточной части Лондона, написал в твиттере: «#bbcnews please stop serious news reporters using terms like 'fessed up' absurd". Таким образом, привычное практически любому представителю молодежной среды слово «fessed» и ведущий серьезных теленовостей оказались несовместимы.

Мартин Браун, отец троих детей из Хаддерсфилда, Йоркшир, написал: «Did John Sopel just use the phrase 'fessed up' on BBC News? It's the 10 o'clock news, man, not Newsround».

Кэтрин Мара сказала: «Fessed up??! 'Confessed' please @BBCNews John at the White house.. Or shall we start calling it 'Obama crib'?" В то время как DW Mault добавил: «Just heard @BBCJonSopel say 'fessed up' rather than 'confessed'. What the bloody hell is going on!».

Это не первый раз, когда BBC вызвал бурю в социальных сетях.

Итак, по мнению взрослой аудитории зрителей новостных репортажей, сленгу нет места в выпусках новостей, использование сленга репортерами недопустимо, так как считается нарушением норм литературного языка и приравнивается к несерьезности, ребячеству.

**Выводы к разделу**

Итак, в данной главе мы сделали попытку изучить вопросы взаимодействия СМИ и молодежного сленга, а также рассмотреть случаи использования американского сленга в выпусках новостей американских телевизионных каналов.

На основе приведенных нами исследований, мы сделали следующие выводы:

1. Практически всю информацию современный человек получает от СМИ. Помимо предоставления информации, они помогают формировать общественное мнение.
2. Для языкового сознания общества язык СМИ на сегодня воплощает представление о национальном языке. Именно средства СМИ способны совместить в себе разные пласты лексики одновременно и таким образом происходит некая нейтрализация литературного языка средствами разговорной речи.  Происходит выработка другого нормированного языка, который претендует на некую литературность. Так, язык СМИ представляет собой мост между разговорным и литературным языками, и прежде чем стать достоянием литературного языка определенная лексика проходит апробацию через язык СМИ, что закономерно.
3. На современном этапе средства массовой информации формируют не только общественное мнение, но они во многом определяют литературный язык. Огромное влияние на развитие и распространение сленга оказал Интернет. Интернет расширяет сферу нашего общения, а лингвистический аргументарий Интернет-разговоров достаточно богат и постоянно развивается. Также, среда Интернет может способствовать и способствует мощному процессу заимствования в любом языке.
4. Интернет и современные гаджеты диктуют правила и особенности молодёжного сленга и жаргона. Они заключаются в использовании смс-сленга. Под смс-сленгом подразумевается упрощение, сокращение слов, использование символов вместо слов, и т.д.
5. Большинство лингвистов сходятся в том, что язык - это живая материя, меняющееся изо дня в день, что язык не должен стоять на месте.

 Проанализировав случаи употребления молодежного сленга в выпусках новостей, мы выяснили, что его использование неоднозначно. Сленговые единицы можно часто услышать в прогнозах погоды и в различных интервью с приглашенными гостями, где упор идет на создание непринужденной обстановки. С одной стороны, речь с применением сленговых единиц в прогнозах погоды, дебатах не вызывает негатива у старшего поколения и, по мнению молодежи звучит интересно и свежо. С другой стороны, сленгизмы в речи репортеров некоторых новостных каналов вызывают недоумение и неприятие.

Мы считаем, что вопрос состоит в том, на какую аудиторию людей направлены те или иные выпуски новостей. Также не стоит забывать об уместности. Так, из приведенного выше примера, следует что делая попытки быть с молодежью на одной волне и вызвать у нее интерес следует использовать сленг обдуманно, не злоупотребляя им. В противном случае, человек может показаться странным и вызвать лишь непонимание.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования взаимодействия молодежного сленга с языком средств массовой информации на основе анализа научно-теоретической литературы по выбранной нами теме и выпусков новостей американских телевизионных каналов были выполнены поставленные задачи:

1) рассмотрено понятие сленга и его место в современной лингвистике;

2) выявлены источники и пути развития сленга;

3) определены основные языковые особенности сленг;

4) проанализированы выпуски новостей американских телевизионных каналов на предмет использования молодежного сленга.

На основе проведенных нами исследований были сделаны следующие выводы:

1) Во-первых, работа, проведенная в рамках дипломного исследования, подтвердила актуальность его темы. Сленг, словно некая живая материя, постоянно пополняется и видоизменяется тем самым требуя дальнейшего изучения и анализа. Молодежный сленг на сегодняшний день является малоизученным феноменом, представляя собой одну из наиболее актуальных и противоречивых проблем современной лексикологии и лингвистики в целом.

2) Во-вторых, сленг многофункционален. Он служит инструментом видоизменения речи путем добавления красочных экспрессивных элементов, сокращений, и направлен, прежде всего, на лаконичность, сжатость и информативность сообщения, а также способствует обозначению принадлежности коммуниканта к определенному пласту общества. Поэтому мы считаем необходимым отметить, что сленг является значимой частью любого языка и неотъемлемой частью культуры народа.

Проанализировав случаи использования сленговых единиц в выпусках новостей американских телевизионных каналов, мы можем сделать следующий вывод.

Сленгизмы широко употребляются как в различных средствах массовой информации, так и в вербальной речи людей самых разных возрастов и социальных групп. Примеры употребления сленга в выпусках новостей американских телевизионных каналов не так уж и редки, и вызывают неоднозначные реакции. Мы хотели бы отметить, что реакции людей на сленгизмы в репортажах зависят от того, на какую аудиторию людей они направлены. Огромную роль играет уместность, так как в одних случаях человек может создать комичную ситуацию, а в других вызвать настоящий скандал и негативную реакцию.

Также хотелось бы добавить, что сленг, из-за его растущей популярности и постоянного видоизменения должен изучаться в профессиональной сфере, так как он служит ключом к полноценному восприятию современного разговорного языка, формирующего национальный менталитет.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Т. М. Сленг в системе социальных диалектов [Текст] / Т. М. Алексеева // Филологические науки. - 2009. - № 2. - С. 28-31.
2. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка [Текст] : учеб. пособие / И. В. Арнольд. - 2-е изд., перераб. - М. : Флинта : Наука, 2012. - 376 с.
3. Береговская, Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование [Текст] / Э.М. Береговская // Вопросы языкознания. - 1996. - №3. - С.32-41.
4. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева - 2-е изд. - М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. - 685 с.
5. Волошин, Ю. К. Общий американский сленг: состав, деривация и функция (аспект) [Текст] : автореф. дис. ... д-р филол. наук. 10.02.19 / Ю. К. Волошин. - Краснодар: изд-во КубГУ, 2000. - 52 с.
6. Гальперин, И. Р. О термине «сленг» [Текст] / И. Р. Гальперин //Вопросы языкознания. - 2000. С.20-26.
7. Голденков, М. English Zone [Текст] : учеб. пособие / М. Голденков - Мн., Новое знание, 2005. - 200 с.
8. Голденков, М. Hot dog too. Разговорный английский [Текст] / М. Голденков // Мн., Букмастер. - 2012. - 224 с.
9. Голденков, М. Street's English [Текст] : словарь-справочник / М. Голденков // Мн., Интерпрессервис. - 2009. - 320 с.
10. Гуслякова, А. В. Особенности современного американского сленга [Текст] : дис. … канд. филол. н. / А. В. гуслякова. - М., 2008. -171 с.
11. Гуслякова, А. В. Особенности современного американского сленга (на материалах прессы) [Текст] : автореф. дис. … канд. филол. наук. / А. В. Гуслякова. - М., - 2008. - 38 с.
12. Егошина, Н. Б. О содержании понятия «сленг» в современной лингвистике [Текст] / Н. Б. Егошина // Личность. Культура. Общество. -2010. - № 1. - С. 286-290.
13. Егошина, Н. Б. Употребление сленгизмов в СМИ как результат лексического заимствования [Текст] / Н. Б. Егошина // Известия высших учебных заведений. Серия «Гуманитарные науки». - 2013. - Т. 4. - Вып. 2. - С. 102 - 107
14. Жирмунский, В. М. Введение в сравнительно-историческое изучение германских языков [Текст] / В. М. Жирмунский. - М.: Наука, 1964. - 109 с.
15. Захарченко, Т. Е. Английский и американский сленг [Текст] / Т. Е. Захарченко - М.: Изд-во АСТ, 2009. - 133 с.
16. Иванова, Г. Р. Функции сленга в речевой деятельности американских студентов [Текст] / Г. Р. Иванова // Когнитивные и коммуникативные аспекты английской лексики. - М., 1990. - 133 с.
17. Каверина, Д. А. Экспрессивность сленга американской молодежи [Текст] / А. Д. Каверина // Молодой ученый. - 2014. - №21. - С. 770-773. - URL: https://moluch.ru/archive/80/14250/ (дата обращения: 21.04.2019).
18. Кубрякова, Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности [Текст] / Е. С. Кубрякова. - М.: Языки славянской культуры, 2004. - 556 с.
19. Ласкина, Е. Е. Американский сленг как способ коммуникации[Текст] / Е. Е. Ласкина // Гуманитарные и социальные науки. - 2013. - № 1. - С. 192-197.
20. Липатов, А. Т. Сленг как проблема социолингвистики [Текст] / А. Т. Липатов. - М.: Элпис, 2010. - 318 с.
21. Маковский, М. М. Английские социальные диалекты [Текст] / М. М. Маковский. - М.: Высшая школа, 1982. - 467 с.
22. Матвеев, Е. П. Сленг и молодежные субкультуры [Текст] / Е. П. Матвеев // Бюллетень Интернет-конференций. - 2014. - № 5. - Том 4. - С. 455-456.
23. Минаева, В. В. Использование в текстах СМИ английского сленга, образованного путем словосложения [Текст] / В. В. Минаева // Вестник ростовского государственного строительного университета. - 2012. - № 12. - С. 226-230.
24. Мозжухин, К. Е. Сленг в речи студентов американских университетов [Текст] : дис. … канд. филол. наук. / К. Е. Мозжухин. - М., 2005. - 194 с.
25. Никитина, Т. Г. Современный молодежный лексикон в лингво- культурологическом и лексикографическом аспектах [Текст] : монография. / Никитина Т. Г. - Псков : Псковский государственный университет, 2012. - 328 с.
26. Пеллих, И. В. Молодежный сленг как социальная разновидность речи [Текст] / И. В. Пеллих // Вестник Адыгейского государственного университета. - 2008. - № 1. - С. 106-108.
27. Розина, Р. И. Социальная маркированность слова в современном английском языке [Текст] : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук : (10.02.04) / Р. И. Розина. –М.: Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. Мориса Тореза, -1977. - 24 с.
28. Руденко, М. Ю. Исследование арго, жаргона и сленга: вопросы и терминологии [Текст] / М. Ю. Руденко // Филологические науки: вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота., 2016. - № 2. - С. 127-134.
29. Словарь тюремно-лагерно-блатного жаргона (речевой и графический портрет советской тюрьмы) [Текст] /Авторы-составители Д. С. Балдаев, В. К. Белко, И. М. Исупов. - М.: Края Москвы, 1992. - 526 с.
30. Советский энциклопедический словарь [Текст] / М.: Советская энциклопедия; издание 4-е. - 1990. - 1632с.
31. Скребнев, Ю. М. Основы стилистики английского языка: учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. (на английском языке) [Текст] / Ю. М. Скребнев. - 2-е изд., испр. М.: ООО «Издательство Астрель», ООО «Издательство АСТ», 2003. - С. 77, 89-91, 93-94, 139-140.
32. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингво - культурологический аспекты [Текст] / В. Н. Телия. - М.: ЯРК, 1996. - 288с.
33. Хомяков, В. А. Введение в изучение сленга - основного компонента английского просторечья [Текст] / В. А. Хомяков. - Вологда, 2001. - 381 с.
34. Хомяков, В. А. Нестандартная лексика в структуре английского языка национального периода [Текст] : автореф. докт. дис. ... канд. филол. наук. / В. А. Хомяков. - Л., 1980. - 39 с.
35. Швейцер, А. Д., Английский язык в Америке [Текст] / А. Д. Швейцер. - М., 2003. - 278 с.
36. Швейцер, А. Д. Социальная дифференциация английского языка в США [Текст] / А. Д. Швейцер. - М.: Наука, 1983. – 216 с.
37. Ярмашевич, М. Я. Аббревиация как источник сленговых неологизмов [Текст] / М. Я. Ярмашевич. - СГАУ, 1997. - 346 с.
38. Arnold I. V. The English Word [Текст] / I. V. Arnold. - M.: Высшая школа, 1986. - 278 p.
39. Burke D. Street Talk. How to Sрeak & Understand American Slang [Текст] / D. Burke. - Los Angeles: Oрtima Books, 1993. - 270 р.
40. CBS THIS MORNING. 2019. URL: https://www.cbsnews.com/cbs-this-morning/ (дата обращения: 3.03.19)
41. CNN. 2019. URL: https://edition.cnn.com (дата обращения: 20.03.19)
42. Commonly-Used American Slang. 2019. URL: www.manythings.org - manythings.org/slang (дата обращения: 18.03.19)
43. Dalzell T. Flappers 2 rappers: American Youth Slang [Текст] / T. Dalzell. - Sprinfield: Merriam-Webster, 1996. - 543 p.
44. Fernald J. C. Progressive English [Текст] / J. C. Fernald. L. - 2009, p. 678
45. Flexner S. B. Dictionary of American Slang [Текст] / S.B. Flexner. New York, - 1 975. - 766 p.
46. Flexner S. B. I hear America talking /An Illustrated treasure of American words and рhrases [Текст] / S.B. Flexner. - New York, Van Nostrand, 1976. - 670 p.
47. Good Morning America URL: https://www.goodmorningamerica.com (дата обращения: 3.03.19)
48. Hotten J. The slang dictionary [Текст] / J.Hotten. - New York, 1864. - 353p.
49. Ilyish B.A. History of English Language [Текст] / B.A. Ilyish. - L. 2004. - 113 p.
50. Lighter J. E. Random House Historical Dictionary of American Slang [Текст] / J.E. Lighter. - N. Y.: Random House, 1994. - 616 p.
51. Partridge E. Slang Today and Yesterday [Текст] / E. Partridge. - L.: Routledge and Kegan Paul, 1979. - 247 p.
52. Pei Mario The History of English Language [Текст] / Mario Pei. - N.Y.: New American Library, 1994. - 190 p.
53. Spears R. Slang and Euphemism [Текст] / R. Spears. - N. Y.: Jonathan David Publishers, 1981. - 189 p.
54. YouTube. 2019. URL: https://www.youtube.com/channel/UCH1oRy1 dINbMVp3UFWrKP0w (дата обращения: 4.04.19)