

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет перекладознавства

Кафедра німецької філології і перекладу

**Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства**  
**на тему: «Лінгвокультурні особливості німецького молодіжного сленгу та їх відтворення українською мовою (на матеріалі текстів інтернет-спілкування)»**

Студента групи МПн 04-20  
факультету перекладознавства  
освітньо-професійної програми  
Переклад і міжкультурна комунікація  
(німецька мова і друга іноземна мова)  
за спеціальністю 035. Філологія  
Латенка Євгена Григоровича

Допущена до захисту  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 року

В.о завідувача кафедри німецької  
філології і перекладу  
\_\_\_\_\_ доц. Франко О.Б.  
(підпис) (ПІБ)

Науковий керівник:  
доктор філологічних наук,  
професор Пилипенко Р.Є

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів: \_\_\_\_\_  
Оцінка: ЄКТС \_\_\_\_\_

**Київ – 2021**

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	1
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ.....	5
1.1 Німецький молодіжний сленг як об'єкт лінгвістичних та перекладознавчих досліджень .....	5
1.2 Німецькомовний медійний простір як джерело розвитку німецького молодіжного сленгу.....	11
1.3 Особливості функціонування молодіжного сленгу в Інтернет-дискурсі та специфіка його перекладу .....	17
Висновки до розділу 1 .....	24
РОЗДІЛ 2 ТИПОЛОГІЯ І ФУНКЦІЇ НІМЕЦЬКОМОВНИХ СЛЕНГІЗМІВ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ .....	27
2.1 Семантична класифікація сленгізмів в Інтернет-дискурсі.....	27
2.2 Структурні особливості сленгових виразів в Інтернет-дискурсі .....	33
2.3 Прагматичні функції сленгу в Інтернет-дискурсі.....	42
Висновки до розділу 2.....	50
РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ МОЛОДІЖНИХ СЛЕНГІЗМІВ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ .....	52
3.1 Лексичні трансформації німецьких сленгізмів .....	52
3.2 Англіцизми як основне джерело утворення лексичних сленгізмів та специфіка їх відтворення українською мовою.....	58
3.3 Скорочення і абрєвіатури в молодіжному сленгу.....	64
Висновки до розділу 3.....	71
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77
СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	84
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ .....	85
ДОДАТКИ.....	86

## ВСТУП

Молодіжна мова відрізняється особливою експресивністю і яскравим оціночним забарвленням. Поряд із цим у молодіжній мові широко представлена сленгова лексика, яка є найбільш експресивною.

У германістиці також існує поняття «сленг». Під ним розуміється неформальний стиль мовлення, розмовну мову, яка характеризується новим використанням існуючої в мові лексики і неологізмів певної соціальної групи. Одні дослідники вважають, що сленг є нестандартним розмовним варіантом літературної мови. Деякі лінгвісти зовсім заперечують існування сленгу і відносять сленгізми до різних лексико-стилістичних категорій.

Серед германістів також немає єдності поглядів з приводу того, чи існує німецький молодіжний сленг або ж подібні одиниці є частиною побутово-розмовної мови. Деякі пояснюють це тим, що молодіжна культура неоднорідна, тому можна лише говорити про різні варіанти мови. Проте ті, хто стверджує, що німецький молодіжний сленг існує, єдині в думці, що це форма розкутого, недбалого мовлення.

Як повсякденна мова спілкування молоді, молодіжний сленг є своєрідним показником їх рівня розвитку та інтересів. Саме мова студентської молоді найбільшою мірою схильна до впливу і змін. Однією з актуальних проблем, що стоять перед сучасною лінгвістикою, є проблема виникнення великої кількості сленгізмів та їх впливу на літературну мову.

**Актуальність** даного дослідження визначається тим, що велика кількість сучасних лінгвістичних та перекладознавчих досліджень спрямовані на вивчення методів та прийомів відтворення німецького молодіжного сленгу українською мовою, а також бажанням молоді користуватися цим.

У сучасній лінгвістичній науці та у перекладознавстві неодноразово розглядалися питання про поняття «молодіжний сленг», його класифікації такими дослідниками: О. Ахманова, І. Гальперін, Г. Іванова, В. Хомяков, Ю.Шемчук та ін. У перекладознавстві тема способів перекладу німецького

молодіжного сленгу є також актуальною. Її вивченням та питаннями перекладацьких трансформацій займались Л. Бархударов, Т. Кияк, В. Комісаров, Р. Мін'яр-Белоручев, О. Огуй, Я. Рецкер, Х. Хенне, В. Коллер, П.Шлобінські та ін.

Зважаючи на актуальність проблеми дослідження, значення для лінгвістичної теорії та практики, **темою** дипломної роботи обрано «Лінгвокультурні особливості німецького молодіжного сленгу та їх відтворення українською мовою (на матеріалі текстів інтернет-спілкування)».

**Мета** дослідження – лінгвокультурні особливості німецького молодіжного сленгу та їх відтворення українською мовою на матеріалі текстів інтернет-спілкування.

Для досягнення зазначеної мети потрібно розв'язати такі **завдання**:

- 1) розкрити сутність німецького молодіжного сленгу як об'єкта лінгвістичних та перекладознавчих досліджень;
- 2) охарактеризувати німецькомовний медійний простір як джерело розвитку німецького молодіжного сленгу;
- 3) виявити особливості функціонування молодіжного сленгу в Інтернет-дискурсі та специфіку його перекладу;
- 4) класифікувати сленгізми в Інтернет-дискурсі за структурно-семантичними ознаками;
- 5) визначити прагматичні функції сленгу в Інтернет-дискурсі;
- 6) проаналізувати особливості відтворення молодіжних сленгових виразів в Інтернет-дискурсі, зокрема лексичні трансформації німецьких сленгізмів;
- 7) проаналізувати скороченні й аббревіатури в молодіжному сленгу у перекладацькому аспекті.

**Об'єкт** дослідження – німецький молодіжний сленг у сучасних Інтернет-ресурсах.

**Предмет дослідження** – лінгвокультурні особливості німецького молодіжного сленгу та їх відтворення українською мовою на матеріалі текстів інтернет-спілкування.

**Джерельною базою** дослідження є німецькомовні Інтернет-ресурси.

**Основні методи дослідження:** теоретичний аналіз (вивчення основних теоретичних понять, аналіз наукової літератури за темою дослідження); критичний аналіз (проблеми лінгвістичної характеристики сленгу та ключових підходів до класифікації німецькомовної молодіжної сленгової лексики); теоретичний синтез (узагальнення теоретичних відомостей про молодіжні сленгові одиниці та її вживання в німецькомовному Інтернет-дискурсі); системний аналіз (добір ілюстративного матеріалу та його угруповання за структурою і семантикою); лінгвістичний аналіз (дослідження прагматичного аспекту сленгової лексики); описовий метод (опис особливостей вживання молодіжної сленгової лексики в німецькомовному Інтернет-просторі); трансформаційний аналіз (застосування перекладацьких трансформацій при перекладі німецькомовних Інтернет-сленгізмів).

**Наукова новизна** одержаних результатів зумовлена тим, що в ході дослідження набула подальшого розвитку проблема лінгвокультурних особливостей німецького молодіжного сленгу та їх відтворення українською мовою на матеріалі текстів інтернет-спілкування, зокрема удосконалено класифікацію німецькомовних сленгізмів в Інтернет-дискурсі за структурно-семантичними ознаками.

**Практичне значення** одержаних результатів. Отримані в роботі результати є певним внеском до загальної теорії перекладу, зіставного мовознавства, порівняльної лексикології німецької та української мов, стилістики. У результаті вивчення предмету дослідження було одержано результати, які можна використовувати у викладанні практичного курсу перекладу у вищій школі (розділи “Перекладацький аналіз тексту”, “Галузевий переклад”), порівняльної стилістики німецької та української мов.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати проведеного дослідження доповідались на міжнародній науково-практичній конференції «До світу через мови».

**Структура роботи:** робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел, списку довідкової літератури, списку джерел ілюстративного матеріалу та додатків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

#### 1.1 Німецький молодіжний сленг як об'єкт лінгвістичних та перекладознавчих досліджень

Будь-яке наукове поняття вимагає його осмислення, зокрема і з лінгвістичної позиції. Сленг як лінгвістичне явище має свою історію виникнення, подальшого розвитку та становлення. Багато відомих науковців досліджували виникнення поняття сленгу, шляхи його становлення та набуття повноцінних значень сленгових одиниць. Звернімося до праці Р. Спіерса *Slang and Euphemism* [68: 7]. На думку Р. Спіерса, становлення терміну «сленг» пройшло доволі тривалу еволюцію, від початку його зародження у XVIII ст. Цікаво, що на початку свого розвитку сленг відносили до кримінального говору. Однак з часом він набув значення узагальненого терміну для позначення вульгаризмів, жаргонізмів та діалектизмів, а саме «будь-якого нестандартного або неприємного слова чи фрази» [68: 9].

Зазначимо, що словниковий запас молоді є особливим мовним субкодом, котрий у сучасній германістиці визначається як «молодіжний сленг». На думку О.В. Позднякова, сленговий вокабуляр як складова частина загальної системи німецької мови значно впливає на розвиток її літературного та розмовно-побутового варіантів [30: 166]. Значну роль у формуванні мовної поведінки представників соціально-вікової групи підлітків, що є активними користувачами сленгової лексики, відіграє вплив екстралінгвальних чинників. Серед останніх слід відзначити: по-перше, використання специфічних мовних засобів з метою виокремлення вікових, суспільних, професійних прошарків на тлі інших; по-друге, приховування змісту сказаного від тих, хто не є членами молодіжного середовища; по-третє, креативність як складову частину процесу творення нових лексичних і фразеологічних одиниць; по-четверте, вираження

емоційного, суб'єктивного ставлення під час вербалізації навколишнього світу, що супроводжується категоричністю оцінок [30: 167].

Потрібно наголосити на тому, що сьогодні німецький молодіжний сленг є об'єктом всебічного вивчення. Про це свідчить широке коло проблем, зазначених у проаналізованих нами наукових працях зарубіжних і вітчизняних германістів. Так, під час вивчення робіт зарубіжних дослідників варто звернути увагу на актуалізацію групового характеру молодіжного сленгу, зумовленого гетерогенністю середовища молоді, а також походження суспільного ототожнення їх представників. Зокрема, Г. Генне типовою особливістю молоді вважає схильність до утворення мікрогруп серед однолітків. Дослідник бачить причину цього у прагненні відмежування від представників інших вікових груп [57: 5]. Таку думку поділяє Е. Нойланд, підкреслюючи суттєвий вплив субкультурної приналежності членів конкретної групи молоді на формування їхньої лексики [60: 34].

За словами М. Райнке, категорія «молодь» розглядається як теоретичне утворення, що не заперечує можливості виокремлення узагальнених ознак молодіжного стилю спілкування [61: 2]. Натомість роботи П. Шлобінські присвячені дослідженню впливу соціального статусу членів груп на формування їхнього словникового запасу [65: 15], де значна увага зосереджена на вивченні конкретних комунікативних ситуацій [66: 78].

У працях вітчизняних германістів ключовими темами постають лексико-семантичні та лінгвокультурологічні аспекти дослідження сленгу. Так, М. Р. Ткачівська звертає увагу на наявність гротескного перебільшення в молодіжному мовленні. Вона також відносить сюди ризикований жарт, розкутість як відображення відвертості підлітків, їх схильності до узагальнення [47: 115]. Дослідниця акцентує на безперервності процесу утворення сленгової лексики, що детермінується зміною поколінь [47: 114].

Вітчизняні мовознавці Л. Я. Левицька та І. С. Микитка вважають сленг найважливішою особливістю молодіжної мовної культури. Вони обґрунтовують його виникнення прагненнями протесту та оригінальності [24:

95]. С. М. Солдатова і А. В. Козонак виокремлюють найбільш частотні тематичні групи німецького молодіжного сленгу [45: 345–346], наголошуючи на активізації його використання в онлайн-спілкуванні [45: 345]. Досліджуючи специфіку функціонування сленгового вокабуляру в різних типах дискурсу (наприклад, літературному, театральному, інтернет-дискурсі), О. С. Христенко відзначає його стилістичну заниженість [48: 112]. У статті Г. Р. Сокол [44: 173] розкрито важливість ознайомлення з мовною культурою молоді та вивчення сленгу як її ключового компоненту для розвитку німецькомовної комунікативної компетенції.

На думку А. А. Борисенко, сленг – це набір особливих слів або нових значень вже існуючих слів, що вживаються в різних соціальних групах [7: 59]. Поняття «сленг» змішується з такими поняттями як «діалектизм», «жаргонізм», «вульгаризм», «розмовна мова» та «просторіччя». Дослідник зазначає, що сленгізми характеризуються не тільки певними відмінностями за ступенем експресивності, а також вживанням у мові представників певної соціальної групи, але й локальним розподілом. Особлива експресивність щодо денотатів є характерною для розмовної лексики. Це пояснюється переважно усною комунікативною сферою її застосування і широким тематичним діапазоном розмовного мовлення [7: 60].

Не можна не погодитися з тим, що німецький молодіжний сленг є нормативно зниженим, емоційно забарвленим, функціонально обмеженим мовним субкодом соціально-вікової групи молоді. У ньому відтворені світогляд і ціннісні орієнтири молодих людей. До того ж він виконує функції ідентифікації, консолідації, престижу й відмежування від інших груп [11: 240]. Є очевидним, що молодіжний сленг становить складну структурну організацію, що містить у собі кілька вузьких підсистем, залежно від приналежності представників молоді, певної соціальної або соціально-професійної групи, регіону і т.д. Типологія молодіжного сленгу враховує віковий і соціальний критерій. Згідно з цими критеріями, розрізняють

молодіжний сленг вікових, соціальних, соціально-професійних, неформальних груп молоді [12: 235].

Як вважають І. М. Саркасян і Є. В. Циганенко, найбільшим дослідником у цій галузі є Т. Д. Ауербах. Вивченням цієї проблеми також займалися інші дослідники, як-от Е. А. Коломієць, Хельмут Глюк, Дітер Мен та інші [42: 530]. У ході дослідження на матеріалі публіцистичного дискурсу І. М. Саркасян і Є. В. Циганенком були проаналізовані тексти з німецьких журналів, що дало можливість виявити наступні особливості молодіжного сленгу: частотне вживання певних слів і їх похідних; використання «модних» слів у розмовному мовленні, що являють собою неологізми в рекламних текстах; поширення англіцизмів; наявність багатой системи синонімів; образність мовних засобів, що виявляється в повторах, мовній ритмізації, рими, гри слів, незвичайних поєднаннях звуків, іронічних словосполученнях і виразах [42: 531 – 532].

В. Д. Дєвкін зазначав: «... молодь прагне до пожвавлення і граничної експресивізації висловлювань. Молодіжна культура німецькомовних країн, зокрема молодіжний сленг, викликає непідробний інтерес у студентів, які вивчають німецьку мову. Вони хочуть розуміти і бути зрозумілими своїм одноліткам в Німеччині. Сленгову лексику необхідно знати, оскільки її часом важко перекладати» [13: 270].

Не менш важливе місце в розвитку сленгу займає структура речення і граматики. Візьмемо, скажімо, мовлення підлітків, у якому вони часто опускають прийменники. Наприклад, замість *Ich liebe meine Eltern – Isch lieb meine Eltern*. Заміна звуку «х» шиплячими «ш» чи «щ» (*isch* замість *ich*) становить етнолект, який виник під впливом турецької та арабської мов. Сьогодні так часто говорять не тільки підлітки з сімей мігрантів, а й діти корінних німців [5: 56].

Потрібно звернути увагу на те, що переклад молодіжного сленгу, у тому числі й за допомогою перекладацьких трансформацій, забезпечує не лише взаєморозуміння носіїв різних мов, а й розширює їхню пізнавальну сферу,

збагачує культури [52: 93]. Німецькі лінгвісти Н. Henne [57] та Р. Schlobinski [65] зазначають, що проблему перекладу німецького молодіжного сленгу можна розглядати з двох поглядів: переклад з молодіжної мови на «мову дорослих» («Sprache der Erwachsenen»), тобто на літературну мову; переклад лексичних одиниць, що використовуються в мові німецької молоді, іншими мовами [66: 62]. У першому випадку, на думку науковців, труднощів не виникає, оскільки часто лексичні одиниці мають еквіваленти в літературній німецькій мові. У другому випадку незалежно від того, якою мовою здійснюється переклад, виникають складнощі, пов'язані як з лінгвістичними, так і екстралінгвістичними проблемами перекладу.

Разом з тим до основних факторів, що ускладнюють переклад, науковці зараховують: емоційність та експресивність молодіжної мови; використання звуконаслідувальних слів та вигуків (Lautwörter); застосування англіцизмів (Denglisch); «онлайн- і смс-мова» німецької молоді та переклад складних слів молодіжного сленгу (Komposita) [1: 96].

У результаті вивчення літератури щодо розгляду основних способів перекладу було встановлено, що в сучасному перекладознавстві немає одностайної думки щодо класифікації способів перекладу. У результаті цього розподіл способів перекладу здійснюється на різних засадах (В. Виноградов, С. Влахов, С. Флорін, Т. Кияк).

У результаті вивчення різних наукових підходів щодо виокремлення основних способів перекладу лексичних одиниць під час дослідження ми послуговувалися найбільш вживаною класифікацією Л. Бархударова, який виділяє п'ять основних способів перекладу:

1. Транслітерація та транскрипція.
2. Калькування.
3. Дослівний переклад.
4. Описовий або пояснювальний переклад.
5. Наближений переклад.
6. Трансформаційний переклад [4: 97–104].

Зазначимо, що основою будь-якого перекладу є перекладацькі трансформації. На думку Р. Мін'яр-Белоручева, трансформація – основа більшості прийомів перекладу. Вона полягає у зміні формальних (лексичні та граматичні трансформації) або семантичних (семантичні трансформації) компонентів вихідного тексту при збереженні інформації, що призначена для передавання [26: 201].

Л. Бархударов виокремлює такі перекладацькі трансформації: граматичні, серед яких перестановки, заміни, опущення та додавання; лексичні заміни (конкретизація та генералізація) та комплексні лексико-граматичні заміни (антонімічний переклад) [4: 105].

У процесі дослідження будемо послуговуватися класифікацією дослідника А. Архипова [2: 90–91], що є найбільш повною і за якою перекладацькі трансформації розподіляються на граматичні та лексико-семантичні.

До *граматичних* належать такі: додавання граматичних одиниць (сполучників, займенників); вилучення граматичних одиниць; заміни граматичних форм частин мови (якщо вони факультативні); заміни частин мови; заміни однієї синтаксичної конструкції іншою; факультативні зміни порядку слів, членів речення, конструкцій та речень; зміна кількості та типів речення.

До *лексико-семантичних* трансформацій науковець відносить такі: адаптація; додавання слів, словосполучень і речень; вилучення лексичних елементів; лексичне розгортання, тобто використання замість слова певного словосполучення, що має таке саме значення; лексичне згортання, тобто використання замість словосполучення слова, без суттєвої заміни його значення; стилістична нейтралізація – вмотивоване позбавлення експресивності, емоційності, обраного функціонально-стилістичного відтінку; стилістична спеціалізація – вмотивоване використання замість стилістично-нейтральної одиниці елемента з експресивним, емоціональним чи обраним функціональним відтінком; генералізація – заміна видового поняття родовим;

конкретизація – заміна родового поняття видовим; – логічний розвиток – використання замість даного елемента дійсності іншого, який знаходиться з першим у нерозривному зв'язку; антонімічний переклад – переклад за допомогою антоніма ключового слова з одночасним додаванням чи опущенням заперечення; конверсивна заміна – заміна даного відношення елементів ситуації на протилежне; цілісне перетворення – корінна зміна способу опису ситуації, яка складається зразу з декількох трансформацій [2: 92].

Отже, враховуючи специфіку перекладацьких трансформацій, що використовуються у перекладознавстві та є основою більшості засобів перекладу, вони застосовуються під час перекладу молодіжного сленгу у тих випадках, коли відсутні регулярні відповідники у мові перекладу, або вони не можуть бути використаними в умовах контексту. Перекладацькі трансформації полягають у заміні формальних та семантичних характеристик мовної одиниці.

## **1.2 Німецькомовний медійний простір як джерело розвитку німецького молодіжного сленгу**

Ще недавно листування було єдиним засобом письмової комунікації, що дозволяло спілкуватися людям з різних куточків світу. З розвитком сучасних технологій, і особливо з появою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет, відбулося значне розширення комунікативного простору. У зв'язку з цим на перший план висувається принципово нова форма спілкування – електронна. Зазначимо, що електронна комунікація, яка надає користувачам безмежні можливості для спілкування по всьому світу, набуває все більшої популярності й таким чином займає ключове місце в нашому житті [38: 116]. Так, складно уявити сучасну людину без адреси електронної пошти або сторінки в соціальній мережі. Все більше людей починають розуміти переваги Інтернет-комунікації. Спілкування стало доступнішим. Для швидкого обміну

інформацією розроблено чимало засобів: електронна пошта, соціальні мережі, чати, блоги, форуми, гостьові книги, телеконференції, групи новин і т. д.

Комунікація в Інтернеті створює особливу сферу реалізації мови, а також зумовлює виникнення принципово нових форм спілкування, стереотипів мовної поведінки та нових форм існування мови, що мають специфічні риси. Особливо велику роль Інтернет-комунікація відіграє в житті сучасної молоді, яка із задоволенням користується наданими їй можливостями, охоче листуючись, і тим самим ділячись своїми емоціями з партнерами по листуванню [38: 117]. Спілкуючись в Інтернеті, молоді люди вдаються до використання своєї унікальної мови – мови Інтернет-комунікації, свого роду *сленгу*, що відомий часом лише групі певних осіб і залишається незрозумілим для непосвячених. При цьому, як відзначають багато лінгвістів, усне мовлення молоді переноситься в письмове середовище, що обумовлює пристосування розмовних реєстрів і стильових елементів до цього середовища, що спричинює появу нових, видозмінених мовних елементів [58: 57].

Метою дослідження є виявлення специфічних рис, властивих мові віртуальної комунікації німецькомовних користувачів Інтернету, та їх характеристика. Ця мова стала цікавити лінгвістів з кінця ХХ ст. Одним із перших з'явилося колективне дослідження німецьких германістів, в якому вони звертають увагу на мовні особливості віртуального спілкування [64; 66; 67]. З 2000 року вийшла друком ціла низка робіт, присвячених вивченню специфіки онлайн-комунікації німецькомовних користувачів Інтернету, як зарубіжних [58; 54; 67], так і вітчизняних лінгвістів [37; 29]. У цих працях автори розглядають загальнотеоретичні й філософські питання вивчення комунікації в Інтернеті, засоби самопрезентації особистості, а також мовні особливості віртуального спілкування, не виділяючи при цьому молодіжної аудиторії.

Слід зауважити, що питання про специфіку Інтернет-сленгу німецькомовної молоді було вперше порушено на міжнародній конференції

*Jugendsprachen – Spiegel der Zeit* в 2001 році в Вупперталі, де відомі дослідники німецького молодіжного жаргону Я. Андроутсопулос і М. Рейнке виступили з доповідями, в яких вони звертають увагу на різні стилі повідомлень молоді [53: 308] й описують особливості мовної поведінки молодих людей як Інтернет-користувачів [62: 418]. Крім того, слід згадати статтю Г. Клейнберг і К. Шпігеля, в якій автори на численних прикладах показують граматичні та орфографічні порушення під час віртуального спілкування молодих користувачів Інтернету [62: 419]. Однак в жодній зі згаданих робіт не проводиться комплексний аналіз особливостей Інтернет-сленгу німецькомовної молоді.

Вивчаючи Інтернет-переписку німецькомовних користувачів, ми погоджуємося з думкою з М. Ю. Россіхіної та О. О. Бикова, що сучасна молодь Німеччини, Австрії та Швейцарії вважає за краще використовувати незвичайні форми вітання і прощання, деякі з яких вийшли з усного спілкування, наприклад: *Hey!, Ey!, Hi!, Alter!, Bye!, Moin!, Tschüs!, Ciao!* та ін. Лінгвісти також переконалися в тому, що не менш популярними є такі привітання та звернення: *Hey Süße!, Hi Baby!, Mann!, Junge!, Yo!, Ey, Bro!* У прагненні урізноманітнити своє мовлення вони намагаються використовувати нестандартні форми вітання, тим самим підкреслюючи свою приналежність до молодіжної групи. Пор.: *Naaaaaabend; Hallöle* [38: 118].

Спілкуючись в Інтернеті, молодь, як правило, проходить процедуру реєстрації та вигадує собі прізвисько, нік (Nickname, Spitzname), під яким і проходить увесь процес комунікації [54]. Так, серед ніків дівчат можна зустріти, наприклад: *Nerah, MobilesChaos, Maravillosa, Flocki100*, та ін. [39: 307]. У цьому сенсі юнаки є більш креативними, ніж дівчата, і, вибираючи собі нік, дуже часто підходять до цього процесу з гумором: *Kryne, Käsekuchen, bestgamer, Blaffer, DoenerTier*. Аналізуючи специфіку неформальної мови спілкування німецькомовних користувачів Інтернету, слід звернути увагу на той факт, що невід'ємним атрибутом електронного листування сучасних молодих людей, є різного роду аббревіатури і усічені моделі нормативної або

сленгової лексики. Ця тенденція ґрунтується на прагненні молоді до економії мовних засобів і певною мірою до створення емоційно-експресивних одиниць, відомих часом лише вузькій групі осіб або тільки партнерам по листуванню [59: 107].

Найбільшою популярністю у молодіжній Інтернет аудиторії (і про це свідчить частотність їх вживання в найрізноманітніших ситуаціях), користуються так звані ініціальні аббревіатури – скорочення, утворені з перших букв і / або звуків слів, що входять у вихідне словосполучення і вимовляються при читанні у скороченій, а не в повній формі. Наведемо кілька прикладів: *WWI* (Was weiß ich); *HDG* (Hab Dich gern) [73]. Особливу увагу слід приділити своєрідному підтипу ініціальних аббревіатур, а саме акронімам, до використання яких часто вдається сучасна німецька молодь, яка активно спілкується в мережі Інтернет. Під акронімами розуміють скорочення, що складаються з початкових букв, частин слів або словосполучень, які вимовляються як єдине слово, а не побуквенно: *WASA* (Warte auf schnelle Antwort); *bimo* (Bis morgen!); *GuK* (Gruss und Kuss) [73].

Другими за частотою вживання в процесі Інтернет-комунікації є лексичні одиниці, утворені за допомогою усічення (відбувається скорочення слів до одного або кількох складів). Найбільш популярними серед подібного роду усічень є апокопа – лексеми, що виникають у результаті відокремлення одного або декількох звуків у кінці слова: *Majo* (Majonäse); *Mom* (Moment); *Prof* (Professor) [75]. Відзначимо, що серед молоді дуже популярними є скорочення слів і виразів, запозичених з англійської мови. Наприклад: *YOLO* (You only live once); *bbl* (be back later) та *btw* (by the way) [77].

Вивчення аббревіатур, які використовуються в Інтернет-комунікації, показує, що серед них зустрічаються такі, які характерні виключно для письмового спілкування і в усному мовленні невідомі: *GuK* (Gruss und Kuss), *MaBa* (Mail back), *mfg* (mit freundlichen Grüßen), *thx* (thanks), *glg* (ganz liebe Grüße) [76]. Лише для письмових повідомлень актуальними є також буквено-цифрові скорочення, які прийшли з англомовних чатів і послужили приводом

для створення подібних аббревіатур в німецькій мові: *8ung* (Achtung), *F2F* (face to face), *4u* (for you), *gn8* (gute Nacht), *b2t* (back to topic), *2l8* (too late) [73].

Аналізуючи скорочення в складі сучасних словників німецького молодіжного сленгу, бачимо, що одні з цих скорочень вже зареєстровані в словниках, інші – ні. Це свідчить про те, що навіть щорічні випуски словників, якими є лексикони молодіжної мови видавництв PONS і Langenscheidt, не встигають фіксувати аббревіатури, які створюються креативною молоддю в процесі віртуального спілкування, хоча лексика в цих словниках оновлюється постійно.

Наприклад, у 2015 році з'явилися такі аббревіатури: як *FF* (falsche Freunde), *KB* (kein Bock), *KD* (kein Ding), *HDF* (Halt die Fresse!); *Rumia* (Ruf mich an) тощо [74]. Найбільше англійських скорочень, якщо порівнювати з попередніми випусками, зустрічається в 2016 році: *YODO* (You Only Die Once), *FOMO* (Fearing of missing out), *TGIF* (Thank God it's Friday), *BTW* (by the way) [76]. Звичайно, серед молодих Інтернет-користувачів є улюблені аббревіатури, які вони вживають у своїх письмових повідомленнях найчастіше та які переходять зі словника в словник. Це такі скорочення, як-от *MOF* (Mensch ohne Freunde), *ABF* (aller bester Freund), *BFF* (Best Friend Forever), *OMG* (Oh my God!) [75]. Отже, наявність великої кількості англійських скорочень та інших англійських запозичень у письмовому спілкуванні німецькомовних користувачів Інтернету підтверджує факт впливу англійської мови на німецьку мову в цілому та на Інтернет-комунікацію зокрема [55: 37].

Прагнучи до економії часу при наборі повідомлень у процесі комунікації, молоді люди вдаються до використання енклітичних словоформ (конструкцій, утворених шляхом примикання складу або слова до попереднього слова з втратою наголосу і утворенням єдиного фонетичного цілого) [59: 102]. Наприклад: *haste* (hast du); *biste* (bist du); *willste* (willst du) [74]. Слід зазначити, що вживання енклітичних конструкцій прийшло в Інтернет-сленг із розмовної мови.

Під час аналізу вченими було встановлено, що молодь, спілкуючись в Інтернеті, в більшості випадків не звертає уваги на артиклі, правила пунктуації та на написання слів з великої або маленької літери. Нерідко молоді люди нехтують навіть пробілами між окремими словами, витрачаючи при цьому мінімум зусиль на набір повідомлення і прискорюючи тим самим процес комунікації [39: 309].

Не можна обійти увагою і той факт, що віддаленість співрозмовників і письмовий спосіб оформлення реплік в Інтернеті накладають певні обмеження на використання можливостей усного мовлення. У зв'язку з письмовим каналом комунікації віртуальне листування позбавлене зовнішніх проявів особистісного фактора [37: 239]. Для того, щоб заповнити цю прогалину, комуніканти вдаються до використання різноманітних способів передачі невербальних засобів спілкування, які умовно можна поділити на кілька груп [29: 28]: 1) смайли / емотикони / емограмми (\* ^ ^ \*, 0\_0, > \_ <, та ін.); 2) повторення знаків пунктуації, використання заголовних букв, повторення букв, колірне маркування, зміна шрифту та ін. (*Ohhhhhh, WOW !!!!!, haaaaaaa, COOL!!!, hihihihih*); 3) вербальні коментарі. Серед останніх поряд з вигуками і синтаксично редукованими експресивними виразами (*haha, boah ey, oh ja, huhu, na, aha, voll geil, ähm*) особливим засобом вираження емоцій, переживань і настроїв в Інтернет-листуванні слугують інфлективи та інфлективні конструкції, які нерідко називають жартівливо «ерикативами» (Erikative).

Інфлектив є неозначеною і невідмінюваною дієслівною формою, що утворена шляхом усічення закінчення інфінітива -(e)n (*winken* → *wink*, *gucken* → *guck*). Користувачі в німецькомовному медійному просторі зазвичай укладають дані вербальні форми між маркерами \* ... \*, тим самим виділяючи їх із загального висловлювання і акцентуючи на них увагу співрозмовника. Наприклад: *\*freu\**; *\*Heul\** [76: 23; 36].

Слід зауважити, що інфлективи в електронному листуванні німецькомовних комунікантів можуть взагалі не виділятися або укладатися

між двокрапкою [39: 308]. Деякі лінгвісти, що досліджують використання і функціонування інфлексивів в Інтернет-комунікації, класифікують дані компенсаторні засоби передачі паралінгвістичних компонентів спілкування у такий спосіб [37: 244]: 1) односкладові інфлексиви (*\*knuddel\**; *\*seufz\**); 2) інфлексиви-аббревіатури – скорочені варіанти найбільш уживаних інфлексивів (*lol* (laughing out loudly): *\*lol\**; *gg* (groß grins): *\*gg\**); 3) інфлексивні конструкції (*\*kopfschüttel\**, *\*besorgt guck\**).

Особливу роль і значне поширення в Інтернет-листуванні набуває своєрідний стиль застосування англійської мови, так звана мова-Leet – інакше кажучи, мова еліти (Leetspeak / Elitesprache), основні відмінності якої полягають у заміні латинських букв на схожі цифри і символи, імітації та пародії на помилки, імітації сленгу геймерів і хакерів, додаванні закінчення *z0r* до слів (*h4xx0r*, *pwnz0r*, *r0xx0rz* і т. п.). Мова-Leet, переважно використовується в чат-комунікації, виконує функцію шифру, що дозволяє завуалювати переписку для непосвячених користувачів і підкреслює приналежність комуніканта до кола обраних [54]. Такий стиль використовується також при створенні ніків, що надає їм особливої оригінальності.

Таким чином, аналіз особливостей Інтернет-листування показує, що одні з них – суто розмовні й характерні також для усного повсякденного мовлення (енклітичні словоформи, деякі форми вітання і прощання, нехтування граматичними правилами), інші є прерогативою молодіжного жаргону (скорочення і усічені моделі), треті типові тільки для віртуального спілкування (інфлексиви, різні способи передачі невербальних засобів спілкування, «Мова-Leet»), а всі вони підкреслюють унікальність цієї форми спілкування і дозволяють розглядати її як особливий комунікативний жанр.

### **1.3 Особливості функціонування молодіжного сленгу в Інтернет-дискурсі та специфіка його перекладу**

Сьогодні серед лінгвістів немає одностайності щодо функцій, які виконуються сленгом, зокрема, в Інтернет-дискурсі. Так, когнітивний напрямок у лінгвістиці виділяє три основні функції сленгу: когнітивну, комунікативну та номінативну.

Когнітивна функція сленгу виявляється в тому, що багато найменувань у слензі несуть у собі додаткову інформацію, відсутню в стандартних позначеннях, і за допомогою цього репрезентують додаткові знання про навколишній світ. При метафоричному перенесенні значення мовець виділяє ті ознаки позначуваного об'єкта, які він вважає найбільш важливими, і на їх основі отримує нове, переосмислене значення [16: 104].

Номінативну функцію виконують сленгізми, що позначають специфічні явища, притаманні цій субкультурі, а також поняття, для яких вже існують слова в літературній мові. У першому випадку відбувається заповнення термінологічних лакун, а в другому випадку сленгове слово передає специфіку вже існуючого явища в діяльності або свідомості носіїв певної сленгу. Як правило, у такому випадку відбувається звуження поняття, його специфікація.

З номінативною функцією тісно пов'язана світоглядна функція сленгу. Світоглядний підтекст сленгізмів, на думку Т. Є. Захарченко, іноді усвідомлюваний підсвідомо, спонукає людей на вживання в мовленні подібної лексики. Виникаючи в мовленні суб'єкта, подібна лексика вже висловлює його життєву позицію [16: 106].

На наш погляд, комунікативна і когнітивна функції сленгу також взаємопов'язані. Н. Д. Матарикіна відносить ідентифікаційну функцію (або функцію відокремлення) до основних функцій сленгу, пояснюючи це тим, що за допомогою свого особливого слововживання молоді люди ізолюються від суспільних традицій, а також від різних соціокультурних угруповань всередині молодіжної субкультури [25: 78].

Т. Є. Захарченко виділяє також експресивну функцію та функцію економії часу, відзначаючи, що до неї належать скорочення та аббревіації, які використовуються для стислості висловлювань в усному мовленні.

Розглянувши різні класифікації дослідників, у своїй роботі беремо за основу класифікацію Ю. В. Лаптевої, яка об'єднує всі основні функції, виділені іншими авторами. У дослідженні ми об'єднуємо номінативну функцію з комунікативною та відносимо до основних функцій молодіжного сленгу насамперед такі функції:

1. Номінативну (в поєднанні з комунікативною): в системі сленгу різні явища отримують нові найменування, забарвлені більш емоційно, крім того, з'являються слова, для визначення яких не існує слів у звичайній мові.

2. Когнітивну, суть якої полягає в тому, що багато слів у слензі містять у собі додаткову інформацію, відсутню у формальних, стандартних позначеннях, завдяки чому надають додаткову інформацію про навколишній світ.

3. Експресивну (часто емоційно-оцінну), суть якої полягає в тому, що вона репрезентується за допомогою сленгізмів, які виражають певне ставлення до якихось явищ, наприклад, зневажливе, іронічне і т.д.

4. Ідентифікаційну: сленг є певним сигналом, що допомагає розпізнати «свого» серед «чужих».

5. Функцію економії часу: сленг допомагає економити час спілкування, використовуючи різні скорочення, аббревіацію [23: 35].

Отже, реалізація функцій німецького молодіжного сленгу може бути розглянута на прикладі німецькомовного Інтернет-дискурсу.

Сучасна наука розрізняє два основних типи перекладу: усний та письмовий. Обидва типи мають свої труднощі і низку відмінностей. Однак як у письмових, так і в усних перекладачів нерідко з'являється потреба перекладати молодіжний сленг, який містить величезну кількість специфічних словотворів, поширених серед найрізноманітніших галузей життєдіяльності [21: 29].

Молодіжний сленг не обмежується ні віком, ні соціальним середовищем, адже його вживають у своєму мовленні всі категорії людей. На інтернаціональних молодіжних зльотах, проектах, олімпійських іграх,

конкурсах, кастингах, при перекладі інтерв'ю з представниками молоді, молодіжних теле- і радіопередач, статей молодіжних журналів, коміксів, сучасної літератури і т. д. перекладачі потрапляють у такі ситуації, в яких їм необхідно перекласти мовлення молодих людей, що вживають сленгові одиниці.

Для визначення труднощів, із якими стикаються перекладачі при перекладі сленгізмів, а також можливих способів перекладу К. В. Кулаковою були виявлені п'ять основних проблем [21: 33-36]. Розглянемо їх докладніше.

1. Складність передачі експресивно-емоційної складової поряд зі змістом. Мова молоді є експресивною, оскільки продуцент, що вживає сленгізми у своєму мовленні, отримує емоційну розрядку, впливає на реципієнта, справляє на нього враження, оцінює його і реалізує фатичну функцію. Завдяки експресивності можна визначити не тільки емоційний стан мовця, а й його ставлення до навколишнього світу. Це робить можливим проведення паралелі між планом вираження і планом змісту експресивного контексту: за умови, що план вираження експресивний, експресивним буде і зміст [24: 95].

При перекладі емоційно-забарвлених сленгізмів у перекладача виникають певні проблеми, оскільки йому необхідно не тільки передати сенс слова, але і його конотативну складову. Підібрати повний еквівалент мовою перекладу найчастіше є неможливим. Наприклад, для сленгізма *Komposti – Steigerung für* → *Grufti: sehr alter Mensch* дуже складно підібрати еквівалент, який передавав би його смислову та іронічно-зневажливу складові. До того ж труднощі виникають під час перекладу сленгізма *Geierwally* (süddt.), утвореного шляхом переходу власної назви в загальну. В українській мові не існує повного еквівалента цьому сленгізмові, тому найбільш доцільним перекладом буде словосполучення «жахлива (негарна) дівчина», при цьому, однак, втрачається його експресивна складова.

2. Неперекладність. Лео Вайсгербер стверджував, що кожна мова містить унікальну «картину світу», що визначає світосприйняття носіїв цієї

мови [69: 107]. О. А. Потебня також наголошував на принциповій асиметричності мов: жарти не перекладаються, адже думки не співпадають [32: 263]. Отже, у переважній більшості одиниці молодіжного сленгу не перекладаються, тому що належать до особливого прошарку мови, який виражає світогляд молоді, їх ідеї та емоції.

3. Швидкозмінний словниковий склад сленгу і неможливість фіксації всіх сленгізмів у спеціальних словниках. Молодіжний сленг має нестійкий характер, часто оновлюється і змінюється. Таке оновлення словникового складу сленгу ускладнює роботу перекладача, оскільки людина, яка не входить у коло «молоді», спілкується своєю мовою, не може знати значення і відтінки всіх сленгізмів, які існують у мовленні молоді [45: 345]. Крім того, хоча й з'являються щорічно оновлювані словники молодіжного сленгу, в них не можна знайти значення всіх існуючих сленгізмів, оскільки вони як швидко виникають, так і швидко зникають. Однак сленгові одиниці також швидко асимілюються в літературній мові, що сприяє поширенню і пізнанню сленгізмів і полегшує роботу перекладача. Так, колись нове в молодіжному сленгові слово *Trabbi – Kleinwagen, langsames Fahrzeug* наразі не є сленгізмом, оскільки значення його є загальновідомим носіям німецької мови. Також *geil (o) – (sehr) gut, wunderbar, hervorragend* вже є асимільованим у літературній мові і не становить труднощі при перекладі.

4. Багатозначність сленгізмів. Лексичне значення сленгізмів іноді є спірним, оскільки серед них присутня велика кількість багатозначних слів, паронімів і синонімів. Як серед запозичень, так і серед корінних слів у мові молоді присутня багатозначність. Одне й те саме слово в молодіжній мові може мати різні значення [21: 38]. Наприклад, сленгізм *Glocke*, який може означати 'Kopf' або 'Aktivität' залежно від ситуації. При перекладі подібних лексем дуже складно визначити, що конкретно має на увазі мовець. У таких випадках при перекладі допомагає саме контекст, знаючи який, перекладач може визначити, яке конкретне значення необхідно вибрати.

5. Відмінності у сферах вживання сленгу в різних мовах, цензура. Молодіжний сленг належить до нелітературного пласту мови. Бувають ситуації, коли використання сленгізмів є недоречним. Крім того, в культурі однієї мови вживання сленгу може бути допустимим, а в культурі іншої – ні, тому перекладачеві необхідно виконувати також роль цензора, визначаючи, чи доречним буде використання того чи іншого слова в тексті перекладу. Перед ним постає вибір: знаходити сленгізми-еквіваленти в мові перекладу або передавати їх зміст описовими словами загальноприйнятої мови. Для цього перекладач повинен знати норми поведінки та мовленнєвого етикету в культурах вихідної мови і мови перекладу [37: 242]. Наприклад, при перекладі сленгізма *abschleppen – ein Mädchen erobern und (im Auto) zu sich nach Hause bringen* необхідно звертати увагу на контекст у вихідній мові і у мові перекладу. Залежно від контексту це слово можна перекласти, як ‘склеїти дівчину’ або ‘познайомитися’.

У певних випадках у перекладачів є можливість уточнити значення слова або висловлювання у автора вихідного тексту: письмові перекладачі можуть звернутися до авторів-сучасників, а усні перекладачі – заздалегідь ознайомитися з мовою виступу, прояснити деякі питання у оратора, висловити можливі прохання щодо майбутньої промови (наприклад, звичайним проханням є помірний темп, логічні наголоси, паузи у висловлюваннях, також можна попросити намагатися не вживати в мові сленгізми, все залежить від ситуації і ступеня знайомства) [69: 78]. Однак така можливість є не завжди, і перекладачі нерідко стикаються з проблемою перекладу сленгізмів.

Розглянемо алгоритм перекладу сленгових одиниць з німецької мови на українську.

Першим кроком при перекладі сленгових одиниць є їх ідентифікація, тобто виявлення лексичної одиниці на тлі тексту. Інакше виникає небезпека їх сприйняття як літературного слова із загальноприйнятим значенням, що може привести до перекладацьких помилок. Ідентифікувавши сленгізм, необхідно визначити його складові: семантику й експресивно-стилістичні функції. У

своїй дво-компонентності лексичні одиниці молодіжного сленгу схожі з фразеологізмами, при перекладі яких важливим є ступінь їх семантичної спаяності, а також функція, яку вони виконують в тексті. Зазначимо, що ці ознаки тісно пов'язані між собою.

При перекладі сленгізмів пропонуємо дотримуватися скопос-теорії К. Райс і Г. Вермера, згідно з якою функції вихідного тексту і тексту перекладу не є рівноцінними. Першорядним є досягнення мети [63: 161–162]. Найголовніше для перекладача – визначити, для кого і з якою метою він перекладає. Професійний перекладач повинен вміти аналізувати комунікативну ситуацію: визначати, що і чому повідомляє мовець, якої мети він при цьому хоче досягти.

Перекладач повинен знати, як у культурі одержувача говорять про предмет перекладу, яке емоційне забарвлення він несе, яку лексику вживають для його опису і як до нього ставляться. Після визначення мети можна підбирати лексичну наповнюваність повідомлення.

Вибираючи можливий спосіб перекладу, перекладач вдається до можливих відповідностей, які Я. І. Рецкер об'єднав у три групи:

1. Еквіваленти – постійні однозначні відповідності, незалежні від контексту. Наприклад, іменнику *Penner – Lehrer, Repetent* в українській мові відповідає слово 'препод'.

2. Аналоги – варіантні відповідності, залежні від контексту й отримані за допомогою вибору одного з синонімів. Так, слово *bringen – 1. sich lohnen; 2. etwas (nicht) können, zustande bringen, leisten* в залежності від контексту можна перекласти 'коштувати чого-небудь, дозволити щось, вміти щось робити, мати можливість'. При перекладі сленгізма *kaputt(o) – 'erledigt'* вибирають найбільш доцільне слово з синонімів: 'виконаний, закінчений, обговорений, залагоджений, зроблений'.

3. Адекватні заміни – відповідності, створені перекладачем самостійно, виходячи з цілого: художнього, ідейного і т.п., тобто всі види перекладацьких трансформацій [33: 11–19]. Наприклад, сленгізм *Trip – in der Drogensprache:*

*Rauschzustand – Reise* в українській мові можна перекласти як ‘наркотичний вояж’. Для лексеми *Speicher (leerer) – ausgepowert, down* можна підібрати заміну ‘знесилений, спустошений’.

Через різницю культур рідко вдається підібрати повний еквівалент. Поняття еквівалентності в межах скопос-теорії займає другорядне становище («ніяка концепція еквівалентності не допоможе, якщо мета не досягнута»), а успіх визначає адекватність, що розуміється як правильний вибір технології перекладу. К. Райс визначає адекватність як відповідність вибору мовних засобів і перекладацького рішення цілі перекладу [63: 161]. Адекватність орієнтована на процес і являє собою відношення між метою і засобом. Таким чином, в разі неможливості перекласти сленгову одиницю еквівалентом їй можна підібрати адекватну заміну, виходячи з мети висловлювання, емоційного забарвлення, контексту, адресата, ситуації і т. д.

В усного перекладача немає потреби й можливості скрупульозно вибирати більш відповідний спосіб перекладу, адже головне для нього – передати когнітивну інформацію. До того ж усний переклад завжди обмежений у часі. Перекладач може передати лише легке забарвлення молодіжного сленгу у перекладній мові.

Водночас письмовому перекладачеві необхідно підібрати точніший варіант перекладу, який передавав би зміст і виконував ті самі функції, що і в оригінальному тексті, оскільки його завдання полягає в передачі не тільки когнітивної інформації, а й колориту, мовної характеристики комунікантів, їх емоційних станів і т. д. У такій ситуації перекладачеві необхідно підібрати підхожу заміну або скористатися описовими виразами. При письмовому перекладі можна також зробити виноски з необхідними поясненнями й коментарями.

## **Висновки до розділу 1**

1. З'ясовано, що молодіжний сленг є багатограним лінгвістичним феноменом, обмеженим не лише віковими, а й соціальними, часовими рамками та навіть територіальними кордонами. Він функціонує зазвичай у середовищі учнів, студентів та міської молоді. На основі аналізу наукової літератури, присвяченої проблемі дослідження, встановлено, що в молодіжному мовленні сленг виконує цілу низку функцій, а саме: комунікативну, когнітивну, номінативну, експресивну, ідентифікаційну, а також функцію економії часу. При проведенні аналізу сленгової лексики під «сленгом» розуміють мову щодо закритої соціальної або професійної групи, що відрізняється від загальнорозмовної мови особливим складом слів і виразів. Таким чином, при всьому різноманітті й широті тлумачення терміна «сленг», можемо відзначити кілька загальних положень: сленгову лексику, що протиставляється літературній мові; між лексичним складом літературної і сленгової мови існують явища перехідності та взаємопроникнення.

2. Розглянуто основні характеристики та особливості молодіжної лексики у німецькомовному медійному просторі, до яких належать економність, лінійне розширення висловлювання, зручність і легкість використання молодіжної сленгової лексики, певні графічно-стилістичні закономірності, а також творення нових лексичних одиниць і нових значень слів, розширення старих значень тощо. Було виявлено, що молодіжна мова може бути виражена як окремими лексичними одиницями, у тому числі вигуками, комунікативними частками, вставними словами, так і висловами, готовими штампами, репліками, словосполученнями, а також грою слів.

3. Розгляд повідомлень на молодіжних сайтах, форумах і чатах дозволив виявити такі особливості сленгу сучасного німецькомовного Інтернет простору: оригінальні форми вітання і прощання; різного роду скорочення і усічені моделі; енклітичні словоформи; інфлексиви і інфлексивні конструкції, а також інші способи передачі невербальних засобів спілкування; нехтування правилами граматики і пунктуації; «Мова-Leet».

4. Були виявлені наступні труднощі, що виникають у перекладачів при перекладі сленгізмів: неперекладність, складність передачі експресивно-емоційної складової поряд зі змістом, швидко змінюваний словниковий склад сленгу, неможливість фіксації всіх сленгізмів у спеціальних словниках, незнання або нерозуміння значення слова, багатозначність сленгізмів, відмінності в сферах вживання сленгу у різних мовах, цензура. Щоб ці труднощі не ставали серйозними проблемами для перекладача, нами запропоновані різні варіанти перекладу виразів молодіжного сленгу. Залежно від смислового повідомлення, ситуації, контексту, мети, адресата, комунікативного завдання перекладу, виду й характеру сленгізмів тощо перекладач може вибрати той чи інший спосіб перекладу. Усний перекладач, зважаючи на обмежений час для перекладу, може не витратити багато зусиль на підбір найбільш повного відповідного еквівалента, а передати лише його смислову сторону або зовсім вилучити його, якщо зміст і мета висловлювання не зміняться від цього. Перед письмовим перекладачем стоїть інше завдання – підібрати сленгізмові найбільш точний еквівалент, для того, щоб передати колорит, соціальне середовище, мовну характеристику комунікантів, емоційний настрій і мету висловлювань. При цьому перекладачам необхідно аналізувати комунікативний акт, визначати цільову аудиторію і доречність вживання сленгізмів у конкретній ситуації в конкретній культурі. Перекладач повинен розуміти мету, заради якої він перекладає і досягати її відповідними засобами.

## РОЗДІЛ 2

### ТИПОЛОГІЯ І ФУНКЦІЇ НІМЕЦЬКОМОВНИХ СЛЕНГІЗМІВ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

#### 2.1 Семантична класифікація сленгізмів в Інтернет-дискурсі

У нашій роботі ми скористалися класифікацією сленгових одиниць, відібраних із німецькомовного Інтернет-дискурсу з огляду на типологію сленгізмів, запропоновану Т.І. Жарковою [14]. Згідно цієї класифікації, усі сленгові вирази були розподілені за структурно-семантичним та стилістико-прагматичним принципами (табл. 2.1 і 2.2).

У молодіжному словесному репертуарі виділяють сленгізми, що відображають професійні потреби, а також загальнопобутовий словник. Мова молоді рясніє словами, пов'язаними з навчанням (дисциплінами, які вивчаються, студентським побутом): Mathe 'Mathematik'; Alge 'Algebra'; Franz 'Französisch', Reli 'Religion', Uni 'Universität', abschwirren, wegklemmen (sich), wegschalten (sich) 'entlaufen, weglaufen'; mitmeißeln 'schreiben':

*Es war Ende der Sechziger und ich kam nach Paris, um Franz zu lernen* (ODD: URL). – Мені було двадцять років, був кінець 60-х, і я приїхав до Парижа на рік, вивчати французьку мову.

*In der Uni habe ich alle möglichen Pflanzen einzeln untersucht* (FZT: URL). – Під час моїх досліджень у коледжі я вивчала кожну рослину окремо.

*Wir glauben an eine Reli, die uns auferlegt, die Konvertiten zu töten* (ODD: URL). – Наша віра наказує нам вбивати відступників.

Слід підкреслити, що загальнопобутовий словник із відібраних нами німецькомовних сленгових одиниць складається зі:

– слів, що відносяться до сфери роботи, розумової діяльності: werken 'arbeiten', hämmern 'viel arbeiten':

*Mönche und Bürgern hämmern emsig am Zerstörungswerk mit* (ODD: URL). – Ченці і городяни старанно трудяться над руйнуванням.

– назв предметів, необхідних для навчальної діяльності: der Gedankenmanifestator ‘der Bleistift’; die Gehirnprothese ‘der Taschenrechner’:

*Es war leer, bis auf ein Zitat auf der letzten Seite, mit Gedankenmanifestator geschrieben* (ODD: URL). – Він був чистий, тільки на останній сторінці була цитата, написана олівцем; *Volltreffer, ich kann noch immer nichts ohne Gehirnprothese rechnen* (ODD: URL). – До сих пір не можу рахувати без калькулятора.

– назв видів одягу: Klamotten ‘Kleidung’; der Pulli, Sweater ‘die Strickjacke’; Shirt ‘kurzärmliges Hemd aus Baumwolle’; Blazer ‘Sportjacke’:

*Kein Koffer, keine Klamotten... er hatte nicht geplant, hier zu bleiben* (ODD: URL). – Ні валізи, ні одягу ... він не планував залишатися; *Ich wollte mir nur einen Sweater holen, die meine Figur betont* (ODD: URL). – Я тільки хотіла захопити теплий кардиган, що підкреслює мою фігуру.

– слів, що відносяться до сфери розваг, хобі, проведення дозвілля, вільного часу: shoppen ‘durch Geschäfte bummeln’; dancen ‘tanzen’; die Outdoor-Party ‘das Picknick, die Kaffeefahrt’:

*Und jetzt soll ich mit meinen “Kolleginnen” shoppen* (JLD: URL). – А тепер ти хочеш відправити мене за покупками з «подругами»; *Die Sendung hat den Charme einer Outdoor-Party für Rentner: Kein Tempo, keine Stimmung und erst recht keine Spannung* (JLD: URL). – Передача має чарівність післяобідньої кави для пенсіонерів: ні швидкості, ні, звичайно, напруги.

– назв грошей: die Kohle, das Moos (aus der Gaunersprache), die Monnis «гроші, грошенята, бабки»; der Wamprum «гроші, грошенята (від назви кушака північно-американських індіанців зі зв’язкою цінних черепашок, що служила у них платіжним засобом»); das Esperantogeld ‘der Euro’:

*Ähnlich einem Gefangenen in der Todeszelle hat das Esperantogeld in letzter Minute einen Aufschub seiner Hinrichtung erhalten* (QLA: URL). – Як замкнений у камері смертників, в останню хвилину євро отримало ще одну відстрочку.

– назв засобів пересування і предметів, що використовуються в побуті: Blechhaufen, Schrottkarre, der Kasten, flotter Ofen, lahme Schnecke, heiße Mühle ‘das Auto’, der Muckomat ‘das Radio’:

*In Australien wurde der Song Manhattan für den Muckomat als vierte Single veröffentlicht* (QLA: URL). – На австралійському радіо в якості четвертого синглу з’явилася пісня «Manhattan».

– іменників, що позначають людей або дають оцінку людям: die Schlampe ‘Mädchen mit immer neuen Beziehungen, unordentliche Frau’, die Zicke ‘dummes Mädchen’:

*Vielleicht bist du eine verkorkste Zicke, die es Papa heimzahlt, weil sie mit sechzehn kein Pony bekam* (QLA: URL). – Може, ти й зіпсована ципонька, і мстиш своєму татові за те, що не купили поні, коли тобі стукнуло 16; *Nur eine Schlampe würde einen Soldaten des Königs überfallen* (QLA: URL). – Тільки повія буде опускатися до того, щоб пограбувати людину короля.

– іменників, що позначають батьків: ötzi «предки, олди» (від англ. old – старий, за назвою тірольської місцевості ötztal, де були знайдені останки первісної людини); Daddy ‘Vater’:

*Vor sechs Monaten bat mich mein Freund Marshall, Ihr Daddy, um einen Gefallen* (TWIK: URL). – Півроку тому мій друг Маршалл, твій батько, попросив надати йому послугу.

– оцінні поняття: cool ‘locker, lässig, besonder gut’, ätzend ‘uninteressant’; ultimativ ‘bemerkenswert, super’; total ‘voll, absolut’:

*Ich schreib den Namen von einer aus meiner Klasse hin, die ich ätzend finde* (TWIK: URL). – Я вписала прізвище дівчини з мого класу, яку терпіти не можу; *Während die einen den Film als den „ultimativen Partyfilm“ verstanden, sahen die anderen vor allem die Handlungslosigkeit des Films als großes Problem* (TWIK: URL). – У той час як одні вважали картину «чудовим фільмом для вечірок», інші вважали відсутність дії у фільмі серйозною проблемою.

– слів і словосполучень, що виражають вітання та форми ввічливості: Hey! ‘Hallo!’ (Begrüßung); Sorry! ‘Entschuldigung!’

*Hey, ich wollte dir nur mitteilen, dass das Problem gelöst ist* (TWIK: URL).  
 – Привіт, я тільки хотів сказати тобі, що проблема вирішена; *Entschuldigung, Fräulein. Ich wollte nur nett sein* (TWIK: URL). – Я тільки намагався зробити поїздку приємнішою, розумієте?

– слів і словосполучень, що виражають емоції: Wow ‘Ausruf der Bewunderung’, Boey ‘Boah Ey’ (Ausruf) (des Erstaunens; der Bewunderung):

*Okay, wow, es wird gruselig hier drin, ich rufe Marshall an* (TWIK: URL). – Добре, вау, тут стає трохи дивно; *Boah, ich frier mir hier den Arsch ab und du liegst noch im Bett!* (TWIK: URL) – Блін, я тут дупу надриваю, а ти ще в ліжку!

Цікавим прикладом завищення оцінності може послужити зміна нейтрального імені ‘Anführer’ на Big Boss, Chef, Mufti. Відтінок винятковості поняттю «вожак, керівник» тут надають запозичені слова:

*Würden wir nur gute Männer wählen, hätten wir nie Big Boss* (DPCL: URL).  
 – Якби вибирали тільки хороших хлопців, у нас ніколи б не було лідерів;  
*Leitender Älteste in der Gruppe und höchstwahrscheinlich ihr Chef* (DPCL: URL).  
 – Співробітник вищого рівня у посольстві – найстарший у групі і, напевно, є їхнім лідером.

В іншому прикладі ми бачимо заниження оцінності: ‘Versager’ Vollnull, Nulli(nger), Schlappi [50: 5], наприклад:

*Außerdem ist der Kerl ein Nulli(nger) – mit null Aufstiegschancen* (DPCL: URL). – І взагалі він лузер із безперспективною роботою.

Молоді люди часом безжально відносяться до своїх ровесників. Інакше кажучи, з метою образи і приниження їх підлітки або студенти використовують при цьому так звані уїдливі слова. Під вогонь молодіжної критики часто потрапляють:

– зовнішній вигляд: hohl ‘altmodisch’, Miss Holland ‘das Mädchen, das die kleine Brust hat’, der Bärenkiller ‘die Frau, die sich im Schambereich rasiert’, die Schrumpelrose ‘die alte Frau’:

*Nenn mich hohl, aber wenn Verbrecher beliebter sind als Cops, ist das Anarchie* (DSK: URL). – Може я старомодний, але коли шахраї популярніші,

ніж копи, це вже анархія; *Die Schrumpelrose sagte, dass sie den Ring von einem fahrenden Händler kaufte* (DSK: URL). – Стара розповіла мені, що вона купила каблучку у мандрівного торговця.

– риси характеру: der Angsthase ‘der feige Junge’, der Kühlturm ‘die Kaltblütigkeit’, eine madamige Gans ‘ein aufgeblasenes Mädchen’, die Rotzschleuder ‘die Heulsuse’:

*Es meint, es will nur, dass die Rotzschleuder glücklich wird!* (DSK: URL) – Тепер він говорить, що найбільше він хоче, щоб Плакса була щаслива!; *Du betest sie an, aber du hast nicht den Mumm, es ihr zu sagen, weil du der Angsthase bist* (DSK: URL). – Ти поклоняєшся їй, але ніколи не набрався сміливості зізнатися їй, тому що ти слабка, боягузлива дитина.

– інтелектуальні здібності: der Denkmeister, der Diddl ‘der Dummkopf’:

*Ich bin vollkommen einverstanden, dass man Denkmeister jegliche Waffen wegnehmen muss, wobei man mit Computern und Schreibmaschinen anfangen sollte* (DSK: URL). – Я повністю згоден, що у дурнів треба відібрати все озброєння, починаючи з комп’ютерів і друкарських машинок.

– поведінку і особисте життя: der Süffel, Diplom-Alker ‘der Trinker’:

*Aber das ist hier kein Auffangbecken, und ich brauche nicht noch einen Diplom-Alker* (DSK: URL). – Але тут не притулок невдах і мені не потрібен черговий алкоголік.

– професії: der Giftmischer ‘der Arzt, der Apotheker’, der Bartkratzer, Mattenschneider ‘der Friseur’, der Reimprofessor ‘der Dichter, der Schriftsteller, der Autor’, der Filmhein ‘der Filmschaffende’, der Modezar ‘der Schneider’, der Mobby ‘der Lehrer’:

*Wenigstens wissen wir jetzt, dass der Modezar nicht wieder kommt* (DSK: URL). – Принаймні ми знаємо, що кравець не повернеться; *Diese Idee und die fortschrittliche Ausrüstung des Studios zog zahlreiche bengalische Filmheine an* (DSK: URL). – Ця ідея і сучасне обладнання студії привернули увагу багатьох бенгальських кінематографістів.

Шляхом суцільної вибірки з німецькомовного Інтернет-дискурсу було відібрано 100 німецькомовних текстових фрагментів на позначення сленгових слів і виразів на матеріалі Інтернет-ресурсів (блоги, сайти, соціальна мережа Facebook) та їх українськомовні відповідники. Розподіл сленгових одиниць за лексико-семантичними групами (далі – ЛСГ) виявився досить неоднорідним (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Розподіл сленгових одиниць на матеріалі німецькомовних Інтернет-текстів за семантичним принципом**

Тип ЛСГ	Кількість %
1. Оцінні поняття (сленгізми, що позначають людей, або дають оцінку людям, якісна характеристика когось, чогось, напр., поведінки))	<b>25</b>
2. Зневажлива (презирлива) характеристика денотата	<b>15</b>
3. Сфера роботи, розумової діяльності (інтелектуальних здібностей), професійної діяльності; політична прихильність	<b>9</b>
4. Сленгізми, що виражають емоції та риси характеру	<b>7</b>
5. Сфера розваг, хобі, проведеного дозвілля, вільного часу, спорту	<b>6</b>
6. Їжа, напої	<b>5</b>
7. Навчальна діяльність (дисципліни, студентський побут, назви предметів, необхідних для навчальної діяльності)	<b>5</b>
8. Зовнішній вигляд, частини тіла, здоров'я	<b>5</b>
9. Сленгізми, що позначають батьків, тобто родинні і соціальні зв'язки	<b>5</b>
10. Форми ввічливості	<b>4</b>
11. Назви грошей, торгівля (назви торгових закладів)	<b>4</b>
12. Національність	<b>3</b>
13. Скорочені власні назви (зокрема, назви держав, їх історичних областей)	<b>3</b>
14. Назви одягу	<b>2</b>
15. Назви засобів пересування і предметів побуту	<b>2</b>
Усього:	<b>100</b>

Як бачимо, усього було диференційовано 15 ЛСГ, серед яких найбільш поширеною виявилася група “Оцінні поняття” загальною кількістю 25%.

Друге місце посіла група німецькомовних сленгізмів “Зневажлива характеристика денотата”, що становить 15%. На третьому місці вбачаємо ЛСГ “Сфера роботи, розумової діяльності”, що містить 9 сленгових одиниць. Четверте місце посідає ЛСГ “Сленгізми для вираження емоцій та рис характеру” загальною кількістю 7%. ЛСГ “Сфера розваг, хобі, дозвілля, вільного часу, спорту” посідає п’яте місце, займаючи 6%. Наступні чотири ЛСГ містять по 5 сленгізмів кожна, до них належать: “Їжа, напої”, “Навчальна діяльність”, “Зовнішній вигляд”, “Сленгізми, що позначають родинні і соціальні зв’язки”. Наступні дві групи “Форми ввічливості” та “Назви грошей, торгівля” містять по 4 сленгізма відповідно. До ЛСГ “Скорочені власні назви” та “Національність” належать шість сленгізмів по 3 одиниці відповідно кожна. І, нарешті, найменша кількість сленгових виразів входить до ЛСГ “Назви засобів пересування і предметів побуту” та “Назви одягу” по 2 одиниці відповідно.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження ми виявили, що найбільш популярними є німецькомовні Інтернет-сленгізми з оцінним значенням, переважно позитивним (25%), а також негативна характеристика осіб та явищ (15%) у значно меншій кількості порівняно з першою групою. Це, у свою чергу, є свідченням позитивної налаштованості молоді по відношенню до одне одного і до ситуацій та явищ дійсності взагалі.

## 2.2 Структурні особливості сленгових виразів в Інтернет-дискурсі

Проведений практичний аналіз текстів із німецьких Інтернет-ресурсів дозволяє виділити наступні *структурні* або словотвірні особливості молодіжного сленгу:

– частотне вживання таких слів і їх похідних як:

Super ‘der Superclub, superbösewicht usw.’; toll ‘tolle Ideen, ein toller Hut, usw.’, наприклад:

*Was für eine tolle Idee, die Führungsfähigkeiten auf der Clubebene zu fördern, wo sie am meisten gebraucht werden!* (JGA: URL) – Яка чудова ідея розвивати лідерські навички на рівні клубу там, де вони найбільше потрібні!

*Er hat mir eine extra Aufgabe gegeben und gesagt, sie wäre super geheim* (JGA: URL). – Дав мені нове завдання, каже воно супер секретне.

– використання великої кількості так званих “модних”, частотних у розмовному мовленні слів і виразів, багато з яких представляють собою неологізми в рекламних текстах. Творці реклами часто вдаються до молодіжної лексики в своїх текстах:

*Top Qualität. Brillante Farben-Top Preise* (JGA: URL) – Найвища якість. Блискучі кольори за найвищими цінами.

– поширеність англіцизмів: Look ‘New-Look, glamouröse Look usw.’; Party ‘Partywelt, Technoparty, Outdoor-Party usw.’; Star ‘Star-Architekt, Star-Frühstück usw.’; cool “Cool!”, coole Ideen, coole Jeans usw.’. Наприклад:

*Dieser glamouröse Look sorgt für richtige Weihnachtsvibes 🎄🌲 @zoepastell’s Make-up-Favoriten von Charlotte Tilbury, Bobbi Brown & Co. findest du hier* (ZDG: URL); *Schönen Sonntag Abend ihr Partybienen 🐝 Wir dürfen heute exklusiv für dich, eine dieser 3 Mehrzwecktaschen von #fantasticcraftedesigns verlosen 🎁 Diese werden dann auch extra für euch personalisiert und mit dem Namen eurer Liebsten versehen. ...* (BPW: URL); *Zusätzlich wird es im von Star-Architekt Massimo Mercurio geplanten Komplex Restaurants, Läden, ein Spa sowie eine Eislaufbahn geben* (DPCL: URL). – Крім того, у комплексі, який планує зірковий архітектор Массімо Меркуріо, будуть представлені ресторани, магазини, спа-центр та каток; *Bei der Bekleidung sind mindestens ein Hut, coole Jeans, kariertes Hemd und Stiefel ohne Profil vorgeschrieben* (DPCL: URL). – Що стосується одягу, потрібні принаймні шапка, круті джинси, сорочка в клітинку та чоботи без профілю.

Є очевидним, що англійські слова пробралися в багато мов, іноді долаючи опір, як у Франції. Однак Німеччина виявилася більш сприйнятливою до англо-американських запозичень. Молодь вважає англійську мову більш

привабливою і престижною в молодіжному середовищі. Відтак для неї англіцизми вносять новизну, визначаючи мовленнєвий портрет молодої людини. Незважаючи на це, часто англомовні сленгізми ускладнюють розуміння. Слід визнати, що відбувається нічим не виправдана американізація повсякденного мовлення.

Хочеться відзначити, що для німецької молоді характерним є вид умовної мови, в якому віддається перевага усіченій формі слів, скороченим словами на -i: Präsi 'Präsident'; Fanny 'weiblicher Fan'; Flippi 'einer, der ausgeflippt ist'; Multikulti 'Multikulturalität'; Krimi 'Kriminalroman'; Idi 'Idiot'. Наприклад:

*Neben seinen Krimi verfasst er kritische und surreale Kurzgeschichten* (DPCL: URL). – Крім кримінальних романів, він пише критичні і сюрреалістичні розповіді; *Jeder Idi mit einem Unterlippenbärtchen und einem Kartendeck denkt, er sei ein Zauberer* (DPCL: URL). – Будь-який ідіот з борідкою і колодою карт вважає себе фокусником.

Варто відмітити, що молодь активно використовує у своєму мовленні скорочення, що відображають не тільки тенденцію економії мовних засобів, а також бажання не бути зрозумілими. Так, для розмовного мовлення більш характерними є усічення. Як раніше, так і зараз найбільш використовуваним типом усічення, є усічення кінцевих складів, тобто апокопа: 'Hannelore' Hanne, 'Alexander' Alex, 'Maximilian' Max. Усі типи усічення слова прийнято називати контрактурами, наприклад:

*Alex, du musst ihn probieren, er ist herausragend* (DPCL: URL). – Спробуйте, Олександр, воно є таким вишуканим; *Hanne war zu dem Zeitpunkt siebzehn Jahre alt* (DPCL: URL). – Ханнелоре було на той час сімнадцять років.

Е.В. Розен вказує, що ініціальні контрактури мають ряд переваг перед повними найменуваннями. За його словами, вони коротші, зручніші для поєднання з іншими основами в єдиний комплекс складного слова. Тому ми зустрічаємо їх в значній кількості в лексиконі молоді: Proff 'Proffessor', Mathe

‘Mathematik’, Soli ‘Solidarität’, Disko ‘Diskothek’, Poli ‘Polizei’ [27: 9],  
наприклад:

*Allerdings... geht es mir gerade nicht so gut, weil drei Menschen in meinem Zimmer sind... und ich langsam das Gefühl habe, in einer Disko zu sein* (DPCL: URL). – До речі ... зараз у мене нелегкий час, тому що в моїй кімнаті три людини, це схоже вже на дискотеку; *Glücklicherweise konnte ich fliehen, bevor die Poli kam* (DPCL: URL). – На щастя, мені вдалося вирватися і звалити до приїзду копів.

Зазначимо, що у апокопів шов усічення зазвичай проходить після фонем -о та -і, якщо вони є у вихідному слові: Kroko ‘Krokodil’, Alko ‘Alkohol’, Deko ‘Dekoration’, Profi ‘Professionelle’, Uni ‘Universität’. Далі бачимо, що ці слова можуть включатися в утворення наступних найменувань: Schoko-Füllung, Alko-Test usw:

*OK, Truthahn, Schoko-Füllung, Cranberry-Soße, Süßkartoffeln und eine Dose Zuckergebäck* (DPCL: URL). – Індичка, начинка, журавлинний соус, багат і три шматочки пирога; *Wir machen einfach eine vollständige Diagnose des Fahrzeugs und untersuchen die Fahrerin auf Drogen und Alko* (DPCL: URL). – Потрібно зробити повну перевірку машини і перевірити водія на наркотики і алкоголь.

Потрібно відзначити, що останнім часом, такий раніше менш активний тип усічення, як афреза, тобто усічення початкових складів, мало-помалу набирає силу. І це, на наш погляд, не є випадковим явищем. Молоді люди хочуть говорити на мові незрозумілій для оточуючих. Однак оскільки велика частина інформації знаходиться на початку слова, то апокопи є більш зрозумілими, і тому молодь все частіше вдається саме до афрез. Наприклад: Birne ‘Glühbirne’, kanisch ‘amerikanisch’, s’geht ‘es geht’. Фінальний спосіб усічення зустрічається і у власних назвах: Bert ‘Albert’, Achim ‘Joachim’:

*Meine kanische Kontaktperson kam unerwartet pünktlich* (FNS: URL). – Несподівано прибув мій американський колега з хорошою пропозицією; *Achim ist mit seiner Partnerin, der Journalistin, nicht verheiratet, und keinen scheint es zu*

*stören* (FNS: URL). – Цивільна дружина Йоахіма – журналістка, але нікому немає до цього діла.

Відомо, що скорочення словосполучень набуло широкого поширення в ХХ ст. Ініціальні скорочення поділяють на алфаветизми і акроніми. Так, алфаветизми (тобто літерні аббревіатури, де кожна буква читається як у алфавіті) часто зустрічаються в мовленні, не дивлячись на труднощі у вимові: TV ‘Television’, DJ ‘Diskjockey’. Цікаво, що остання аббревіатура дуже часто зустрічається в молодіжних виданнях: DJ-Tour, Techno-DJ ‘der Unsinn’:

*Der weltbekannte DJ wurde als offizieller Musiker der UEFA EURO 2020 bekanntgegeben und wird den offiziellen Song des Turniers sowie die offizielle Einlaufmusik produzieren und auf die Bühne bringen* (FNS: URL). – Всесвітньо відомий ді-джей оголошений офіційним музикантом ЄВРО-2020 року. Він спродюсує офіційну пісню турніру і офіційну музику для брейк-інів і представить її на сцені.

Акроніми, ініціальні скорочення, в складі яких є голосна фонема, більш характерні для молодіжного лексикону: VIP ‘very important person, sehr wichtige Persönlichkeit’, ASAP ‘(as soon as possible) so schnell wie möglich’:

*Außerdem gab es eine VIP-Lounge mit einem gesonderten Eingang sowie mit separatem Zugang zum Poolbereich und der Sauna* (FNS: URL). – Також був VIP-зал з окремим входом і окремим виходом до басейну і сауни; *Der neue Bebauungsplan 834 wurde erstellt und soll ASAP verabschiedet werden* (FNS: URL). – Розроблено новий план розвитку 834, який повинен бути прийнятий якнайшвидше.

Ще одним із способів словотворення є злиття слів, телескопічне утворення. По суті, це такий спосіб словотвору, при якому частина одного слова зливається, щоб утворити єдине слово з частиною іншого слова або з цілим словом. Молоді дуже подобаються утворені таким способом слова, слова, які не зустрінеш в жодному словнику, але можна дізнатися за наявністю двох початкових слів: Joga + Gymnastik = Joganastik; Aero + Akrobatik = Aerobatik:

*Diese Liste zeigt alle bei city-map registrierten Firmeneinträge zum Suchbegriff Joganastik aus der Region Potsdam-Mittelmark (FNS: URL).* – У цьому списку показані всі записи про компанії, які зареєстровані на карті міста за запитом Joganastik з регіону Потсдам-Мітельмарк.

Особливий інтерес представляють слова, що закінчуються на -о, які позначають особу чоловічого роду, його професію, політичну прихильність або характеристику: der Anarcho ‘der Anarchist’, radikalo ‘radikal’, der Fascho ‘der Faschist’, der Sympathiko ‘ein sympathischer Junge’, schizo ‘absonderlich, komisch’:

*Ein Fascho hätte einem Demokraten in der gleichen Situation ein Gift verschrieben (FNS: URL).* – Фашист в аналогічній ситуації прописав би демократу отруту; *Als Anarcho bist du hier falsch, mein Lieber (FNS: URL).* – Якщо ти анархіст, то помилився адресою.

До нових явищ у словотворенні, як вказують Т.С.Александрова і І.Б. Пригонікер, можна віднести широке вживання в молодіжному сленгу словотвірного псевдоіталійського елемента -о. Якщо в 1980 роках з його допомогою утворювалися назви дійової особи, переважно чоловічого роду: Normalo, Radikalo, то тепер не тільки набагато збільшилася їх кількість Trivialo, Randalo, але і сам суфіксальний елемент -о отримав нові властивості і функції. Тепер вже з його допомогою утворюються неживі і абстрактні іменники, такі як Problemo, а також прикметники, прислівники rapido, rasanto [70: 45]. Понівечена німецька мова, суміш німецької з італійською стали називати Трапатоні-Deutsch за іменем футбольного тренера Трапатоні:

*Wenn der Normalo, in eine lokale Schule geht, – ...würden die wissen, dass er fehlt (FNS: URL).* – Якщо хлопчик ходив до місцевої школи, вони повинні знати про його відсутність.

Необхідно відзначити, що деякі німецькомовні Інтернет-сленгізми запозичені з:

– англійської мови: Shopping-Center ‘modernes Einkaufszentrum’, Crash ‘Zusammenstoß’ (Autounfall); Designer ‘Entwerfer’:

*Und wie beim letzten Mal gilt: Je weiter sich die Blasen aufblähen, desto unangenehmer wird der Crash mit der Realität (BPW: URL). – I, як в минулий раз, чим більше стають бульбашки, тим неприємніше буде зіткнення з реальністю; *Mit Blick auf den Prinzipalmarkt entstand ein modernes Shopping-Center, das mit seiner hellen Sandsteinfassade auf die historischen ... (BPW: URL). – З видом на Принципальмаркт було створено сучасний торговий центр, який своїм світлим фасадом із піщанику виглядає на історичну...**

– французької мови: das Bistro ‘kleine Gaststätte’, das Dessert ‘Nachspeise’, das Prestige ‘das Ansehen’, die Clique ‘Freundeskreis junger Leute’:

*Heute morgen, im Bistro, hat der Wirt nach dir gefragt, wegen des Käufers (BPW: URL). – Вранці в бістро господар питає про тебе через покупця; *Die Wettkämpfe in Südafrika, in Pretoria, sind die wichtigsten Amateurwettkämpfe der Welt mit dem meisten Prestige... (BPW: URL). – Змагання в Південній Африці, Преторії є найважливішими і престижними аматорськими змаганнями в світі.**

– італійської мови: Paparazzi ‘Skandalreporter’, subito ‘sehr schnell’, rasanto ‘jählings’, der Tifoso ‘der Fußballfanatiker’, der Antipasto ‘die Vorspeise’:

*Und alle bringen Antipasti mit (BPW: URL). – Привеземо закуску; *Es wird einem warm ums Herz, wenn Tifoso mit Transparenten in den Händen Flüchtlinge herzlich willkommen heißen, die aus den vom Krieg zerstörten Ländern des Nahen Ostens in Deutschland ankommen (BPW: URL). – Так зворушливо прибути до Німеччини, де чекають футбольні фанати, які тримають плакати з вітальними гаслами для біженців з розореного війною Близького Сходу.**

– іспанської мови: der Macho ‘harter Junge, der stolz auf seine Männlichkeit ist’, die Tapas ‘die leichte Vorspeise’:

*... als... als du mich zu meinem Haus brachtest, um einige Dinge zu holen, sah uns Tamar dort und sie sah dich, und dachte, du bist ein großer und bedrohlicher Macho, und war sehr besorgt um mich (BPW: URL). – ... коли ти привіз мене в мій будинок, забрати пару речей, Тамара побачила нас і побачила тебе, і вирішила, що ти великий і загрозливий мачо, і вона захвилювалася.*

– японської мови: der Karoshi ‘der Infarkt, der Insult’:

*Das mit dem Karoshi sollte die Familie schützen, aber...* (BPW: URL). – Ми сказали, що це інфаркт, щоб захистити сім'ю, але ...

У молодіжній мові виник новий напрям – ‘Kanakisch’. Так, слово ‘Kanakaner’ полінезійського походження і при перекладі означає «людина». У Німеччині зі слова “Kanakaner” утворилося слово “Kanakanе” з пейоративним відтінком, що позначає всіх емігрантів. Словниковий запас цього напрямку стрімко розширювався. Ось деякі приклади: Alder ‘Alter’ (im Sinne von Freund), isch schwör ‘ich schwöre’, weisstu wieisch mein ‘du verstehst, wie ich es meine’:

*Ja, isch schwör’s bei dieser fettigen, wunderbaren Pizza, die du jetzt essen kannst* (BPW: URL). – Так, клянусь цією ... жирною смачною піцою, яку ти зараз з’їси; *Mein Alder fliegt zum Mond. Die Temperaturen sind dort -270 Grad, aber er hat seine Lederstiefel vergessen!* (BPW: URL) – Зібрався мій старий на Місяць, холод там -270 градусів, а валянки забув.

Для цього напрямку характерні синтаксичні особливості [19: 14-15]: а) використання давального відмінка: *Alder, dem ist dem Problem weisstu?* «Але це проблема, якові ви знаєте?»»; б) використання іменників чоловічого роду: *Siehssu dem Tuss?* «Ви бачите там молоду жінку?»»; в) зникнення в питальних реченнях приголосних в дієсловах і особових займенниках: *Rassu?* «Ви курите?»»; *Hastu Problem, oder was?* «У вас проблема?» (FNS: URL). Разом з тим, для молодіжного сленгу характерним є також таке явище як «жонглювання» іншими мовами, англійською та турецькою зокрема: *Gipsuhär!* «Дайте це мені зараз!», *Kixi nur!* «Ви просто подівіться!» (FNS: URL)

Шляхом суцільної вибірки з німецькомовного Інтернет-дискурсу було відібрано 100 німецькомовних текстових фрагментів на позначення сленгових слів і виразів на матеріалі Інтернет-ресурсів. Розподіл сленгових одиниць за структурним принципом виявився досить неоднорідним (табл. 2.2).

*Таблиця 2.2*

### **Розподіл сленгових одиниць на матеріалі німецькомовних Інтернет-текстів за структурним принципом**

<b>Тип</b>	<b>Кількість %</b>
1. Запозичення (з англійської, французької, італійської, іспанської, японської та турецької мов)	<b>22</b>
2. Словоскладання	<b>21</b>
3. Афіксальний (суфіксальний, префіксальний, суфіксально-префіксальний)	<b>18</b>
4. Усічення (в т.ч. скорочені форми на –о та -і) кінцевих складів, тобто апокопи	<b>15</b>
5. Метафоризація, перенесення значення	<b>14</b>
6. Конверсія	<b>3</b>
7. Ініціальні скорочення	<b>3</b>
8. Усічення початкових складів або афереза	<b>2</b>
9. Телескопізми	<b>2</b>
Усього:	<b>100</b>

Таким чином, найбільш представленими виявилися німецькомовні Інтернет-сленгізми, що були запозичені з інших мов. Серед них англіцизми склали 12 одиниць, французькі запозичення – 3 сленгових вираза, запозичення з італійської і турецької мов становлять по 2 одиниці відповідно кожна та іспанізми і японізми представлені лише одним сленгізмом у кожній із зазначених мов. Друге місце серед сленгізмів займають композити, утворені способом словоскладання, що становить 21%. Афіксальний спосіб (суфіксальний, префіксальний, суфіксально-префіксальний), тобто утворення сленгізмів від кореневих іменників чи прикметників за допомогою суфіксів і префіксів зайняв 18%.

Усічення кінцевих складів, тобто апокопи та метафоризація значення сленгових одиниць займає 15 та 14% відповідно. Нарешті, такі способи утворення сленгових одиниць як конверсія (3%), ініціальні скорочення (3%), усічення початкових складів або афереза (2%) та телескопізми (2%) належать до найменш поширених способів утворення німецькомовних Інтернет-сленгізмів.

Як бачимо, значна кількість саме англомовних запозичень серед німецькомовних молодіжних сленгізмів свідчить про надзвичайну

популярність англійської мови серед молоді. Більшість англомовної лексики вживається для надання жаргону молоді експресивності. Саме з цією метою використовуються підсилювальні префікси. До речі, прикметники становлять відносно невелику групу серед запозичених з англійської мови слів, однак вони зустрічаються у мовленні молоді дуже часто, оскільки мають експресивне значення.

### 2.3 Прагматичні функції сленгу в Інтернет-дискурсі

З метою самоствердження, бажаючи виглядати так би мовити сучасними, «просунутими», молодь починає вживати слова і вирази підвищеної емоційності. За словами Є.В. Розен, вона часто вживає «сильні» і навіть шокуючі слова і вирази, оцінні слова, що відрізняються від загальноприйнятої мовної норми, і які ніяк не можна визнати прикрасами розмовного мовлення [34: 47]. У хід йдуть елементи різнопланової лексики, іноземні слова, професіоналізми та вульгаризми. Особливо популярними стали вираження, які за змістом є синонімами слів «дуже добре», «відмінно», «добре», «чудово»:

Super ‘hoch besser als sehr schön, sehr gut’:

*Was ich damit sagen will ist, dass das Ganze super nachhaltig ist* (KWHB: URL). – Я маю на увазі, що все у ньому є супер-екологічним.

Prima, Toll, Schau, Geil ‘sehr gut’:

*Meine gesamte akademische Laufbahn bestand aus Leuten, die der Überzeugung waren, dass das Leben ein Durcheinander ist, prima* (KWHB: URL). – ... тому вся моя наукова кар’єра була оточена людьми, які вважали, що життя це хаос, люби його таким.

*Das könnte toll werden, du verdienst es* (KWHB: URL). – Якщо справа вигорить – буде прикольно, ти заслуговуєш на це.

*Naja, wir haben das auch gehört, aber "Pioneer Germ Fighters" ist viel geiler* (KWHB: URL). – Взагалі, і ми її слухали, але борці з мікробами неймовірно крутіші.

Megageil 'sehr sehr gut':

*Ich meine, echt megageil, Jordan, wenn man sich so umschaut!* (BSMM: URL) – Я маю на увазі те, що це справді чудово, Джордане, коли ти озирнешся!

Cool, Irre 'besonders gut':

*Sie wird als cool und selbstbewusst wahrgenommen, doch in Wirklichkeit ist sie unsicher und schüchtern und wünscht sich, anders zu sein* (BSMM: URL). – Її сприймають як круту і впевнену в собі, але насправді вона невпевнена в собі і сором'язлива і бажає бути іншою.

Fett, Funky, Krass (sehr gut):

*Ziemlich funky Musik. Ich kann es. Was macht das?* (BSMM: URL) – Дуже класна музика, мені подобається!

Tierisch, Teufisch, Höllisch 'sehr gut':

*Du wirst tierisch angepisst von all den Leuten sein, die Dich scheitern sehen wollen* (BSMM: URL). – Тебе будуть сильно діставати всі ці люди, які хочуть твого провалу.

*Klimaforschung ist eine subtile und teuflich komplexe Disziplin, die nur selten eindeutige Prognosen oder geradlinige Lösungen liefert* (BSMM: URL). – Наука про клімат – це тонка і надто складна дисципліна, яка рідко дає однозначні прогнози або прості рецепти.

Вживання вищезазначених сленгових слів сприяє сепаратизації, самовідокремленню представників цієї групи суспільства від інших і одночасно об'єднує їх у так би мовити "свою" групу. Іншими словами, молодь прагне до нестандартного словесного вираження (міжгруповий конформізм). З іншого боку, вона переймає особливі експресивні слова і вирази у партнерів з мовних контактів зі своєї вікової групи, щоб говорити "як усі" в групі (внутрішньогруповий конформізм) [36: 48].

Серед **стилістико-прагматичних** особливостей німецького молодіжного сленгу слід визначити наступні:

– наявність багатої системи синонімів: tierisch, teuflisch, höllisch; vollmäÙig, korrekt. У значенні «супер», «вищий клас, класний, найчудовіший» використовуються також і такі сленгізми як: fett, fundamental, gültig та ultimatív:

*Schon bald bekam er einen Job in einer Autowerkstatt, bei dem er das erste Mal Kontakt zu diesen „höllischen Maschinen“ aufnahm* (DPCL: URL). – Незабаром він влаштувався на роботу в автомайстерню, де вперше зіткнувся з цими «пекельними машинами».

*Diese fundamental schädlichen Veränderungen bei der Organisation landwirtschaftlicher Betriebe fielen mit widrigen Wettermustern einschließlich Dürren und Überschwemmungen zusammen* (DPCL: URL). – Ці принципово шкідливі зміни в організації господарств збіглися з несприятливими погодними режимами, включаючи посуху та повені.

– образність мовних засобів, що виявляється в:

1) стислості сленгізмів:

der Dossi ‘der Träumer, der Phantast’; der Fuzzi ‘der Spezialist’:

*Lasst uns zu den Schulen gehen, etwas worin ich tatsächlich ein Fuzzi bin* (DPCL: URL). – Давайте подивимося на школу, я насправді непоганий фахівець у цій сфері.

2) повторях: der Blubber-Blubber ‘das Gerede, die Rederei’; das Zapp-Zapp «натискання на кнопки пульта, маніпулювання телевізійним пультом»:

*So, drei, zwei, eins und Schuss!*

*So, jetzt musst du den Hut hier so hinhalten. Sehr gut. Und los geht’s! **Zapp, zapp!** Und jetzt ziehst du sie übern Tisch. Mit aller Kraft. Genau so bleiben!* (BUOB: URL)

3) мовного ритмування: der Schickimicki ‘der Stutzer’; schickimicki ‘modern, modisch’:

*Nehmen Sie Ihre Haube, Ihren Käse und Ihren Schickimicki-Job und schieben es in Ihren Arsch!* (BUOB: URL) – Можете взяти свою пов’язку, свій сир, і свою дебільну роботу і засунути це все в свою маленьку напружену дупу!

*Genieß dein firmeninternes Schicki-micki zum letzten Mal* (BUOB: URL). – Катай, більше ніяких тобі туалетів-шмуалетів.

4) римі: Ende im Gelände «без поняття (невідомо, що відбувається і що треба робити)»; give five ‘die Hand ausstrecken’:

*Die moderne Version von “Aus, Schluss, Feierabend” oder “Schicht im Schacht” heißt “Ende Gelände”* (BUOB: URL). – Сучасна версія “Кінець, кінець, післяробочий час” або “Зрушення у валу” має дивну назву.....

5) алітерації: flippen ‘floppe – flappen – weinen’:

*Deshalb musst du doch nicht flippen* (BUOB: URL). – Та ну, не станеш же ти через це плакати.

*Ich versuche zu scherzen, aber... Am liebsten möchte ich flippen* (BUOB: URL). – І ви ще жартуєте, коли я готова розплакатися.

6) незвичайних поєднаннях звуків: der Fickfack ‘die Ausflucht’; das Multikulti ‘die Multikulturalität’; die Tic-Tak-Tussi ‘das junge Mädchen’:

*Ich bin der Auffassung, Multikulti ist keine linke, sondern eine reaktionäre Ideologie, gerichtet gegen den liberalen Individualismus* (BUOB: URL). – Я вважаю, що мультикультуралізм – це не ліва, а реакційна ідеологія, спрямована проти ліберального індивідуалізму.

7) гри слів: *Die Spinnen*. – *Die spinnen* (BUOB: URL). – Павучня-маячня. – У когось їде дах.

Як бачимо, є слово die Spinne, його форма множини – Spinnen, і позначає воно комах, яких по-українськи ми називаємо павуками. Однак варто нам написати їх з маленької літери, як вони стають сленгізмами і перетворюються на дієслово spinnen «божеволіти, фантазувати або приколюватися». Відтак вираз натякає на те, що он у тих хлопців (артикульє die у цьому контексті сприймається як Demonstrativpronomen), схоже, їде дах.

8) назвах держав, їх історичних областей, міст: die Wallachei (назва історичної малонаселеної місцевості Румунії «Волощина», яка знаходиться між Південними Карпатами і Дунаєм) ‘der Krähwinkel, die öde’; Lipsi ‘Leipzig’:

*Auch der Zoo in Lipsi gehört zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt* (BUOB: URL). – Також і зоопарк у Лейпцигу відноситься до міських визначних пам’яток.

*Mein Großvater wohnt in einem Land, das Walachei heißt, und da fahren wir jetzt hin* (BUOB: URL). – Мій дідусь живе в країні, яка називається Волощина, і куди ми зараз поїдемо.

9) назвах національностей: Ikeakind (від IKEA – шведська меблева фірма) ‘der Schwede, die Schwedin’; Ami ‘der Amerikaner’:

*Wie Sie hören können, bin ich Ikeakind, und wir Schweden sind in Sachen Medizin etwas rückständig gegenüber euch Dänen* (TWIK: URL). – Як Ви можете чути, я швед, і ми, шведи, трохи позаду вас, датчан, у медицині.

10) іронічних словосполученнях і виразах: Gymnastiker-Anstalt ‘das Gymnasium’, die Folterkammer ‘der Sportsaal’, der Parkbankphilosoph ‘der Obdachlose’:

*Genau. Nur das Problem mit dem Gymnastiker-Anstalt ist, es gibt zu viele Zeugen* (TWIK: URL). – Ну знаєш, проблема спортзалу в тому, що там дуже багато свідків.

– наявність слів, територіально і соціально більш обмежених: die Destille ‘kleinere Gastwirtschaft, in der vorwiegend Branntwein ausgeschenkt wird, das Bierlokal (Berlin)’ [9: 90], Balle flach halten, dammeln ‘faulenzten, auf der Bärenhaut liegen’, Was ist Phase? ‘Was ist los?’ (вживається переважно у східних землях ФРН):

*Ich rufe jemanden an, der rausfindet, was ist Phase* (TWIK: URL). – Я, здається, знаю одну людину, якій можу зателефонувати і з’ясувати, в чому справа; *Deshalb werden wir jetzt erst mal den Ball flach halten und darauf warten, - dass Ruby mit uns Kontakt aufnimmt* (TWIK: URL). – Тому зараз нам варто зачітисся і чекати, поки Рубі з нами зв’яжеться.

У своїй науковій роботі В.Д. Дєвкін пише, що часто молодь прагне до пожвавлення і граничної експресивізації висловлювань [13: 67]. До речі, молодіжна культура німецькомовних країн, зокрема молодіжний сленг, викликає непідробний інтерес у студентів, які вивчають німецьку мову. Вони хочуть розуміти і бути зрозумілими своїми однолітками в Німеччині. Отже, сленгову лексику необхідно знати, оскільки часом її важко перекладати: *verticken* ‘verkaufen’; *labern* ‘sprechen (reden)’; *mampfen* ‘essen’; *das Outfit* ‘Aussehen (Mode)’; *der Knacker* ‘ein alter Mann (reiche Leute)’; *die Mucke* ‘die Musik’; *solo* ‘allein’:

*Es gibt reichlich Kuchen, an dem sich vor allem die Kinder ergötzen, auch Immas Jüngster, mittlerweile ein Jahr und drei Monate alt, mampft schon tapfer mit* (MGK: URL). – Дітям особливо подобається багато тістечок, навіть наймолодша Імма, якій зараз рік і три місяці, вже відважно їсть; *Das gab mir das Selbstvertrauen, heute so einen Scheiß zu labern* (MGK: URL). – Це дало мені впевненості, і я розпустив язика для прожарювання; *Als sie sagt, er verticke Marihuana bricht er die Wohnungstür auf und durchsucht die Wohnung* (MGK: URL). – Коли вона говорить, що він продає марихуану, він ламає вхідні двері і обшукує квартиру.

Зазначимо, що особливого інтересу серед сленгізмів набувають слова, що мають антонімічні значення. Так, слово *ätzend* (від англ. acid) позначає «огидний» і «супер, вищий клас», *Witzknubbel* «жартівник, дотепник» і «людина без почуття гумору». Про значення того чи іншого слова можна здогадатися з контексту або ситуації:

*Ich schreib den Namen von einer aus meiner Klasse hin, die ich ätzend finde* (BPW: URL). – Я вписала прізвище дівчинки з мого класу, яку терпіти не можу.

Для посилення емоційності мовлення молодь використовує набір слів-інтенсифікаторів, які вигідно замінюють ‘gut, sehr gut’ або ‘besonders gut’. Це такі слова як: *tierisch, teuflisch, höllisch, ‘schlecht’ grottenschlecht; ‘Groß’ bombastisch, gigantisch, ‘langweilig’ laschi, prall:*

*Das Leben hier ist gigantisch, jedoch nicht für Leute mit schwachen Nerven* (BPW: URL). – Життя тут чудове, але не для людей зі слабкими нервами; *So wie es auf den ersten Blick aussah, war es also ein grandioses Geschäft für Esch, die Bank und ihre Kunden, ein grottenschlechtes dagegen für Karstadt* (BPW: URL). – Як це виглядало на перший погляд: забагато для Еша, банку та його клієнтів, але досить страшно для Карштадта.

Потрібно звернути увагу на те, що оцінні слова можуть мати як позитивні phatt, schau, geil, так і негативні значення assig, schizo:

*Und mit geil meine ich toll* (BPW: URL). – І під зашибенна, я маю на увазі – відмінна; *Er ist schizo, lehnt Autoritäten und Staatsgewalt ab und hat stets ein offenes Ohr für verschiedene Verschwörungstheorien* (BPW: URL). – Він шизик, відкидає владу та державну владу і завжди відкритий до різних теорій змови.

До речі, при використанні префіксів (mega-, giga-, ober-) посилюється оцінне значення даних прикметників:

*Es gibt eigentlich kein bestes Konzert, denn jedes einzelne Konzert ist mega-mega geil und eine Herausforderung* (BPW: URL). – Насправді найкращого концерту не існує, тому що кожен окремий концерт надзвичайно чудовий і складний.

Як і раніше, Super широко використовується в якості префікса: superlustig ‘sehr lustig’, der Superklub, superböse і т.д.:

*Ihr kleiner Super-Club besteht aus sieben jungen Helden* (BPW: URL). – Їх маленький суперклуб складається з семи молодих героїв.

Для посилення оцінного значення використовується doppel, з.В. doppelplus «супер-супер, екстра» і префікси inter- intercool «надтокрутий, супермодний», intergeil «екстра, супер», ultra- ultrahart «надтвердий»:

*Das unabhängig durchgeführte Projekt-Monitoring zur Initiative DoppelPlus hat die ersten Zwischenergebnisse vorgelegt* (BPW: URL). – Незалежний моніторинг проекту для ініціативи DoppelPlus представив перші проміжні результати.

Цікавий історичний факт становить існування типового для молодіжного сленгу архаїчного прислівника *uoft* «дуже часто» з емоційно-підсилювальним значенням, якого немає у сучасній літературній мові. У свій час він був часто вживаним у середньовіснійнімецькій мові, що зустрічається у знаменитого міннезингера Вальтера фон дер Фогельвейде [70: 45].

Оцінні слова і кліше становлять досить велику і важливу частину словесного репертуару молоді Німеччини. Набір оцінних епітетів є досить значним серед Інтернет-сленгізмів. Так, прикметник *cool* ‘locker’, ‘lässig’, ‘besonders gut’ широко використовується при будь-яких ситуаціях і обставинах. Крім того, молодь використовує ще *cool* у значенні ‘ruhig’:

*“Es gibt sieben Arten von Cool, und ‘Jackie Brown’ feiert sie alle. Es ist eine Sinfonie in Cool. It’s the coolest damn thing you ever saw”* (DSK: 16); *Eine einzigartige Klamotte find ich supercool* (DSK: 28). Слід також зауважити, що прикметник *cool* граматично асимілювався, приймаючи відмінкові закінчення подібно до німецьких прикметників: *Kein Film also für MTV und Lifestyle-Deppen – und auch deshalb sehr viel cooler als “Pulp Fiction”* (DSK: 13). – Щодо фонетичної асиміляції запозичень у молодіжному жаргоні, то вони зберігають орфографію і вимову англійської мови.

Ми погоджуємося з думкою Ю.М. Шемчук, що в той час як літературна мова характеризується певною стриманістю, почуттям міри, молодіжна німецька мова привертає увагу своєю креативністю і почуттям гумором. Обов’язковим атрибутом молодіжних замінів слугує свіжість та оригінальність, а отже експресивність молодіжних слів і виразів є внутрішньо властивою лексичній одиниці, тобто носить інгерентний характер. Наприклад: *Schürzerjäger ‘Frauenheld’, Flosse ‘Hand’, Giftnudel ‘Zigarette’* [50: 6]:

– *Kleine Giftnudel. – Und was seid Ihr?* (DSK: URL) – Злісна землерийка – а хто тоді ти?; *Er ist ein Frauenheld, seine Frau weiß von seinen Affären, spricht offen mit der Familie darüber und entwickelt ein schweres Alkoholproblem* (DSK:

URL). – Він бабій, його дружина знає про його справи, відкрито говорить про це з родиною, що викличе у нього серйозну проблему пиття.

На наш погляд, наявність у молодіжній мові метафор і метонімії пояснюється тяжінням до експресивності і прагненням до конкретних образів: *der Kürbis, die Kappe, die Schüssel ‘der Kopf’*:

*Sie sagten, Sie müssten den Kürbis freibekommen (DSK: URL).* – Ти сказав, що тобі треба розвіятися, очистити голову ...; *Sie brauchen dafür eine klare Kappe (DSK: URL).* – Нам потрібно, щоб ваша голова залишалася ясною.

Найчастіше слова і вирази мають яскраво виражений зневажливий відтінок: *die Trulla, die Zicke ‘dummes Mädchen’, die Eule, die Schraube ‘unsympathisches Mädchen’, Asi-Schale ‘ungepflegtes Auto’*:

*Du wirst es nicht glauben aber ich habe den Ruf, eine Zicke zu sein (DSK: URL).* – Можливо, ти не повіриш, але у мене репутація справжньої стерви; *Ich bin deine Mutter, nicht irgendeine Trulla (DSK: URL).* – Я твоя мама, а не якась смішна жінка.

Крім того, використання низки сленгових виразів відображає тенденцію до гіперболізації емоцій: *Das ist ein Yuppie! ‘dynamischer, energischer aufstrebender junger Mensch mit modischer Bekleidung’ (DSK: URL).*

Отже, однією з особливостей молодіжної мови є її експресивність і експресивне забарвлення. Таким чином, ми можемо говорити про оцінну конотацію, яка присутня в молодіжній лексиці і майже у кожному сленгізмі.

## **Висновки до розділу 2**

1. З Інтернет дискурсу разом було виокремлено та згруповано 15 ЛСГ. Серед них найбільш поширеною виявилася група “Оцінні поняття” загальною кількістю 25%. Друге місце посіла група німецькомовних сленгізмів “Зневажлива характеристика денотата”, що становить 15%. Найменша кількість сленгових виразів входить до ЛСГ “Назви засобів пересування і предметів побуту” та “Назви одягу” по дві одиниці відповідно.

2. Найбільш представленими виявилися німецькомовні Інтернет-сленгізми, що були запозичені з інших мов (22%). Друге місце серед сленгізмів займають композити, утворені способом словоскладання, що становить 21%. Афіксальний спосіб, тобто утворення сленгізмів від кореневих іменників чи прикметників за допомогою суфіксів і префіксів зайняв 18%. Усічення кінцевих складів, тобто апокопи та метафоризація значення сленгових одиниць займає 15 та 14% відповідно. До найменш поширених способів утворення німецькомовних Інтернет-сленгізмів належать конверсія (3%), ініціальні скорочення (3%), усічення початкових складів або афреза (2%) та телескопізми (2%). Отже, значна кількість англомовних запозичень серед сленгізмів свідчить про надзвичайну популярність англійської мови серед молоді.

3. Специфіка оцінної номінації полягає в тому, що адресат виражає не тільки певний інтелектуальний зміст, але і закріплене в мовній практиці оцінне ставлення до мовної одиниці і через неї до позначуваної ситуації. Важливо, що лексика всередині молодіжної мови, яку ми називаємо нейтральною, при вживанні поза цією соціальною групою і поза розмовним стилем спілкування, може переходити в групу зниженої лексики. У нашій роботі ми виділили два компонента: оцінний і емоційно-стилістичний. У результаті проведеного дослідження ми виявили, що найбільш популярними є німецькомовні Інтернет-сленгізми з оцінним значенням, переважно позитивним (25%), а також негативна характеристика осіб та явищ (15%) у значно меншій кількості порівняно з першою групою. Це, у свою чергу, є свідченням позитивної налаштованості молоді по відношенню до одне одного і до ситуацій та явищ дійсності взагалі.

## РОЗДІЛ 3

### ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ МОЛОДІЖНИХ СЛЕНГІЗМІВ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

#### 3.1. Лексичні трансформації німецьких сленгізмів

Особливу увагу слід приділити перекладу одиниць німецькомовного молодіжного сленгу на українську мову, оскільки віднайти еквівалент для перекладу відповідних сленгізмів у літературній мові доволі складно, або і взагалі неможливо. Саме тому при перекладі молодіжного сленгу потрібно шукати *відповідники* в українській мові [1: 97]. Наприклад: *Versuch du, einen Roman zu schreiben, während jemand Evita trällert* (JGA: URL). – А ти спробуй написати роман, коли хтось співає уривки з Евіти прямо над твоєю головою цілісінький день!; *Denn ich möchte wieder das trällern in deiner Stimme hören, wenn du meinen Namen sagst* (JGA: URL). – Тому що я хочу чути веселощі, коли ти вимовляєш моє ім'я.

Слід мати на увазі, що український переклад повинен зберігати зміст та колорит, в тому числі й стилістичне забарвлення оригіналу, і при цьому бути зрозумілим для української молоді. Вважаємо, що помилки викликані саме тим, що перекладач не знає культури німецькомовних країн. Розглянемо переклад молодіжного сленгу німецької мови на прикладі популярних соціальних мереж, зокрема Facebook, а також блогів, сайтів.

Якщо функціональні аналоги сленгу або відповідники відсутні у мові перекладу, то можна використовувати такий прийом, як *компенсація*, тобто коли елементи змісту, втрачені при перекладі на українську, замінюються іншим елементом, що компенсує втрату інформації [4: 67]. Наприклад: *Gut. Weil ich keinen Bock auf irgend 'ne Beziehung hab, oder so 'n Scheiß* (JGA: URL). – Тому що не хочу, щоб ти сходила на мене з розуму, з усякими почуттями та іншими дурницями.

Найбільші труднощі при перекладі сленгових одиниць з німецької мови на українську полягають у тому, що молодіжний сленг є найрухомішим шаром лексики й жоден словник нових слів не в змозі наздогнати розвиток мови в цій сфері. До того ж, багато лексичних одиниць сленгу швидко виходять із вживання.

При перекладі сленгової лексики необхідно враховувати не стільки формальну віднесеність елемента до того чи іншого жанру, скільки його обумовленість ситуативними факторами, тобто його смислове навантаження: *Küss du dir doch selbst das Auge!* (JGA: URL) – Краще сам собі скажи велике дякую! У фрагменті спостерігаємо вживання лексико-граматичну перекладацьку трансформацію *цілісного перетворення*, головною рисою якого є те, що синтез значення відбувається без зв'язку з аналізом, семантичний зв'язок між елементами може не простежуватися, найважливіше тут – це еквівалентність плану змісту.

Найчастіше перекладачеві доводиться використовувати прийоми, які знижують експресію, що може призвести невдале виконання перекладу. Сюди ж варто віднести недостатнє врахування ситуативних чинників мови, що також викликає необґрунтоване заниження або завищення експресії [33: 78]. При перекладі сленгової лексики, відібраної нами з Інтернет-простору найчастіше вдаються до перекладацьких трансформацій. Часто зустрічаються *описовий переклад* та *компресія*. Наприклад: *Stellt euch vor, während der Abi-Mottowoche gäbe es den «Neger-Tag»* (JGA: URL). – Уявіть собі, під час мотиваційної неділі для складання випускних екзаменів проводиться день чорношкірих; *Was ist das für dein life?* (JGA: URL) – Серйозно?

Крім того, зустрічаються також випадки складних лексичних заміні, таких як: генералізація, конкретизація, смислова конверсія тощо. Наприклад: *Nach dem Wettbewerb gab es diese berühmte Partyreihe, die im Hotel statt fand* (FNS: URL). – Після з'їзду була та знаменита вечірка, яка проходила в готелі; *Old MacDonald hatte in dem Superpunk-Lied keine Waffen* (FNS: URL). – Не пригадаю, щоб у тій пісеньці у старого МакДональда була гармата. Як видно

з прикладів, для німецького молодіжного сленгу характерною є суперлативізація; *Die ist bestimmt schatzlos, dachte ich.* (JGA: URL) – Вона точно незаміжня, – подумав я; *Kifi tauschen ihre Fotos über's Modem aus* (TWIK: URL). – Любителі хлопчиків тягають фотографії через комп'ютер (Kinderficker → Kifi).

Зазначимо, що найбільш поширеними стилістичними засобами вираження емоційного стану людини під час Інтернет-спілкування можуть виступати ідіоми, метафори та метонімії, функціонально-стилістично забарвлені слова. Ідіоми – це стійкі неподільні звороти мови, що передають єдине поняття, зміст якого не визначається змістом його складових елементів [46: 269]. Вони створюють неповторний національний колорит мови та мовлення, наприклад: *Sei kein Frosch!* (DSK: URL) – Не валяй дурня!, *Was ist ihm in die Krone gefahren* (DSK: URL) – Яка муха його вкусила?

В німецькомовному Інтернет-дискурсі користувачі нерідко вдаються до іронії: *Ich hab' nicht gewusst, dass Vögel fliegen können!* (DSK: URL) – Я не знав, що птахи можуть літати!; *Und du hast ernsthaft gedacht, du siehst gut aus...* (DSK: URL). – І ти серйозно подумав, що добре виглядаєш ... Повідомлення, що містить іронію, несе в собі добру насмішку, скептицизм або кепкування. Сарказм найчастіше передає їдке глузування чи обурення.

Наявність в Інтернет-просторі метафор та метонімії пояснюється тяжінням до експресивності та прагненням створити конкретні образи. Так, «голова» der Kopf часто замінюється предметами з рослинного світу (die Tomate, der Kürbis), які візуально нагадують форму голови. Наприклад: *Sie sagten, Sie müssten die Tomate freibekommen* (DSK: URL). – Ти сказав, що тобі треба розвіятися, очистити макітру ...; *Was Sie hier sehen ist ein computergenerierter Kürbis* (DSK: URL). – А ось тут, бачите, це змодельована комп'ютером голова.

Маємо підкреслити, що задля образи чи вираження негативного ставлення до співрозмовника Інтернет-користувачі часто застосовують лайливі слова, а також нецензурну лексику, як-то Tomaten auf den Augen! («Ти

що, сліпий!»), *Du armes Schwein!* («Жалюгідна свиня!»), *Depp!* («Балда!»). Прояви вербалізованих емоцій залежать від індивідуально-психологічних рис учасників комунікації, їх настрою, темпераменту тощо [46: 270], наприклад: *Schließlich boomte diese Stadt, und Jeder Depp konnte aus Chaos Geld machen* (DSK: URL). – Зрештою, це галасливе місто, де кожен дурень може зробити бабки з хаосу, і багато хто робить; *Das arme Schwein wußte jetzt nicht mehr, ob es scheißen oder blind werden sollte* (DSK: URL). – Бідна свиня вже не знала, чи гадити їй, чи вдавати сліпу.

Є очевидним, що елементами розмовної мови, які трапляються в Інтернет-дискурсі, надаючи йому особливого характеру та позбавляючи офіційності, є гумористично-іронічні вирази, а також часте вживання модальних часток (*ja, na, doch, schon*) і розмовних слів. Наприклад: *Vielleicht wird er doch irgendwann moderner* (DSK: URL). – Так що, може, у нас вийде осучаснити його врешті-решт; *Na ja, nur mein Arbeitsbereich wurde verwundet* (DSK: URL). – Ну єдине, що постраждало, це моє робоче місце.

Найбільш виразно психологічний стан людини під час Інтернет-спілкування передається такими стилістичними засобами [15: 150]:

1) метафора: *Nach dem Schmaus ist die Freundschaft aus* (DSK: URL). – Після бенкету й дружбі кінець.

2) гіпербола: *Die Liebe ist ein göttlicher Wahnsinn* (DSK: URL). – Любов – це божественне безумство.

3) діалектизми (*maken = machen, dag = Tag*), наприклад: *Aber dag wurde zur Nacht, die goldene Erinnerungen zum Schatten werden ließ* (DSK: URL). – Але день перетворився на ніч, уводячи золоті спогади в тінь; *Maken Sie das zur Top Priorität* (DSK: URL). – Поставте це на перше місце в списку своїх пріоритетів.

4) вульгаризми (*Rabenmutter*), наприклад: *Die Diskussion um Rabenmütter und Schlüsselkinder kündigte den sich anbahnenden Rollenwandel der Frauen in den Familien an* (DSK: URL). – Дискусія про нечестивих матерів і бездоглядних дітей знаменувала зміну ролі жінок у сім'ях, що насувається.

Зазначені вище слова чітко протиставляються літературній нормі, і саме в цьому полягає суть новизни їх використання. Крім того, експресивність такого типу мовних одиниць базується на образності, дотепності, несподіваності, інколи на кумедному перекичуванні [20: 80]. Стилiстичні прийоми, характерні для носіїв певної мови, влучно та стисло відображають їх манеру спілкування, емоційний стан та ставлення до події чи об'єкта, навіть коли співрозмовники знаходяться на далекій відстані. Вони завжди мають синоніми в літературній лексиці і, таким чином, виступають більш експресивними, ніж звичайні слова.

Незважаючи на те, що сленгова лексика вважається стилістично зниженою, вона широко використовується в Інтернет-просторі, що рясніє використанням сленгізмів і є джерелом поширення німецькомовного молодіжного сленгу. При вивченні німецької мови проблематика використання сленгу проявляється особливо гостро, тому що пов'язана з розумінням значень слів і їх вживанням у мовленні.

Варто додати, що молодіжна мова, яка характеризується багатим стилістично забарвленим словником, швидко реагує на соціальні проблеми і явища, найбільш значущі для суспільства. Сленг часто виникає як протест проти словесних штампів, одноманітності бляклого, повсякденного мовлення, а також служить засобом лінгвістичного мінімалізму.

На сьогоднішній день до виразів «дуже добре», «відмінно», «прекрасно», «чудово» можна підібрати багато синонімів: Super, Prima, Klasse, Schau. З тією ж конотацією вживаються сленгізми: Krass (кльовий); Höllisch (дуже круто, здорово); Irre (приголомшливо здорово) [13: 219], наприклад: *Und es beunruhigt mich höllisch, - weil ich es nicht kontrollieren kann.* – Я страшенно боюся, бо не можу з цим впоратися (DSK: URL); *Er hat mir eine extra Aufgabe gegeben und gesagt, sie wäre schau geheim* (DSK: URL). – Дав мені нове завдання, каже воно супер секретне.

Користувачі Інтернету прагнуть до нестандартного словесного вираження, вживаючи особливі експресивні слова і вирази [28: 2]. У

нижченаведених фрагментах знаходимо такі фрази: *Das war voll krass, wa?* (DSK: URL) – Просто дуже круто, справді?; *Krasse Sachen passieren jeden Tag* (DSK: URL) – Кожен день відбувається щось шалене.

Лексема *krass* спочатку означала «яскравий», «примітний», «той, що кидається в очі», але серед молоді це слово використовується в значенні «класний», «відмінний» [13: 267]. У сленг-контекстах ці слова мають позитивну конотацію, а в літературній мові не завжди. Тому потрібно бути дуже обережним при вживанні слова *krass*.

Зі схожим емоційним зарядом використовується лексема *Hammer* – «молоток». Дуже популярним серед молоді є вираз *Das ist ein Hammer!* («Це – молоток!») зі значенням «прекрасно», «відмінно». Вживання слова «молоток» в переносному значенні зустрічається і в українській мові, наприклад, при похвальбі представників чоловічої статі в значенні «молодець». Дієслово *hämmern* («стукати молотком, забивати») на мові сленгу означає «неабияк веселитися» [13: 190], наприклад: *Und was wolln wa jetzt noch machen? – Hm, lass ma überlegen Ick fang ma an zu hämmern und ick fang an zu sägen* (DSK: URL). – Що робити будеш? – Дай-но прикину. Спочатку відірвуся, а потім буду спати.

З усього вищезазначеного слід зробити висновок, що перекладачеві сленгових одиниць слід пам'ятати, що в утворенні німецькомовних Інтернет-сленгізмів частим стилістичним явищем слугує метафора. У зв'язку з цим під час перекладу досліджуваної сленгової лексики ми часто керувалися образною складовою, намагаючись віднайти відповідний образ в українській мові як мові перекладу. На наш погляд, лише точне знання значень сленгових виразів, їх семантико-стилістичних та структурних і прагматичних особливостей, а також образної системи медійного тексту (Інтернет-дискурсу) є умовою адекватного відтворення сленгової лексики.

### 3.2. Англiцизми як основне джерело утворення лексичних сленгiзмiв та специфика їх вiдтворення українською мовою

Аналізуючи Інтернет-дискурс, варто, перш за все, загострити увагу на феномені англiкалізації мов. Для початку наведемо визначення слова «англiцизм», яке дано в словнику В. Т. Бусел: «Слово або мовний зворот будь-якої мови, запозичені з англійської мови чи створені за зразком англійського слова або виразу» [71: 34]. Актуальність проблеми англiзації німецької мови привела до найменування даного терміна як *Denglisch* (*deutsch* + *englisch*) і *Germeng* (*german* + *englisch*).

Лексичний склад молодіжного жаргону постійно змінюється, і на зміну виникають нові сленгiзми. На це вплинув все більший розвиток і поширення англiомовних музичних культур і кіноiндустрії. Дану тематику поповнює величезна кількість англiцизмiв [6: 186]: *Die Band* (*Musikgruppe*), *der Hit* (*Schlager*), *der Musicshop* (*Geschäft mit den CDs*), *die Show* (*Aufführung, Veranstaltung*). Проілюструємо функціонування і переклад деяких англiцизмiв на прикладах з Інтернет-дискурсу: *Manche haben wir auf der Straße aufgelesen, in staubigen alten Musicshop in Prag oder frühgeschichtliche Musikläden in England* (DSK: URL). – Ми купили дещо на вулиці, в запорошених магазинах старовинної музики в Празі або в магазинах старовинної музики в Англії; *Nehmen wir an, du kriegst eine Erkältung... und kannst nicht auftreten, dann müssen wir die Show nicht absagen* (DSK: URL). – Припустимо, ви застудилися ... і не можете виступати, тоді нам не потрібно скасовувати шоу.

Багато молодіжних жаргонiзмiв, які використовують у своєму мовленні дiвчата пов'язано з тематикою моди: *die Fashion* (*Mode*), *der Glamour* (*Glanz; Schimmer*), *der Look* (*Aussehen*). Наприклад: *Deshalb habe ich das Geld und Prestige eines Arztes eingetauscht gegen den Glamour, den du hier siehst* (TWIK: URL). – Тому я проміняв багатство і престиж докторської професії на всю ту чарівність, яку ти тут бачиш; *Also muss man für eine Fashion Story mit zehn Seiten (sprich zehn Outfits) darauf vorbereitet sein, mindestens fünfzehn zu stylen*

(TWIK: URL). – Так, для модного огляду на десяти сторінках (еквівалентно десяти нарядам) я повинен бути готовий створити як мінімум п'ятнадцять образів.

З настанням епохи комп'ютеризації, з'явилося багато лексики в молодіжному жаргоні, що пов'язана з англomовною комп'ютерною продукцією. Для молодіжного сленгу характерною ознакою є трохи видозмінювати написання англiцизмів. Безліч неологізмів міцно закріпилися молоддю у зв'язку з використанням соціальних мереж: *twittern*, *linken*, *spammen*: *Es ist dabei unerheblich, ob und wie häufig der Spammer schon spammte*: (TWIK: URL). – Не має значення, чи відправляв спам (спамив) і як часто ...; *Politiker haben gerade begonnen zu twittern* (TWIK: URL). – Політики теж недавно почали використовувати Твіттер.

Зазначимо, що особливістю молодіжної мови виступає її наповненість запозиченнями, пов'язаними з виникненням нових явищ і предметів. Більшість найменувань походить із англійської мови: Laptop, Message, Look і т.д. Молодь йде на повіді у так званої «мовної моди» і охоче включає до свого лексикону нові англійські слова. Відтак їх мовлення звучить ще більш виразно, наприклад: *Sie sagten, ich könnte meinen Laptop heute wiederkriegen* (DSK: URL). – Вони сказали, що я можу отримати мій ноутбук назад сьогодні; *Die haben es auf uns abgesehen und die werden nicht aufhören, bis wir denen eine Message schicken, dass wir eine Einheit sind* (DSK: URL). – Вони йдуть за нами і вони не збираються зупинятися, поки ми не відправимо їм повідомлення що ми одне ціле; *Es hat mich 17 Jahre gekostet um meinen Look zu perfektionieren, alles klar?* (DSK: URL) – Мені знадобилося 17 років, щоб вдосконалити свій вигляд, ясно?

Важливим є той факт, що безліч слів були запозичені з інших мов, при цьому одні зберігали своє значення, а іншим надавали нових. Однак переважна частина була запозичена з англійської мови: Goofy, Softie, Rowdy і інші. Наприклад: *Aber du bist auch loyal und ehrlich und ein echter Softie, wenn du nicht überlegst, was die anderen denken* (DSK: URL). – Але ти також вірний і чесний,

і неймовірно добрий, коли ти перестаєш турбуватися про те, що про тебе думають люди; *Goofy-aussehender Tisch, ich brauche euch...*(DSK: URL). – Так, придурки, ви потрібні мені ...; - *Ihnen fiel nur dieser Schwachsinn ein über Berufsethos, weil Sie sich sorgen, wie der Rowdy Zurückweisung verkräftet?* (DSK: URL) – Все, що ви змогли придумати, це безглузда солянка щодо професійної етики, тому що ви хвилювалися про те, як цей головоріз сприйме відмову.

Зовсім рідко суфікс -о приєднується до запозичень: styl → Stylo, наприклад: *Danke, aber mir selbst die Absolution zu erteilen, ist wirklich nicht ganz mein Stylo* (DSK: URL). – Дякую, але шукати виправдання – не зовсім мій стиль.

Фактично поповнення Інтернет-сленгу відбувається тими ж самими шляхами, що і поповнення всього словникового складу німецької мови. Різниця полягає лише в пропорціях і поєднаннях. На перше місце за продуктивністю виходять іншомовні запозичення, більшою мірою англійські. Загальновідомо, що Сполучені Штати мають великий вплив на культуру, політику та економіку інших країн. Це пов'язано з розвитком науки, промисловості, інформативних технологій, активною міжнародною торгівлею. І, як наслідок цього, англійська мова сьогодні є популярною у всьому світі. Німеччина не становить виняток [22: 182]. Англійська, будучи мовою міжнародного спілкування, стала широко поширеною в ФРН у зв'язку з розвитком ЗМІ і особливо мережі Інтернет. Однією з головних причин запозичення є потреба в найменуванні неологізмів, таких як Wi-Fi, CD-Player, WebChat та інших. Наприклад: *Einer der ersten Posts auf der Seite war ein WebChat zwischen Anna und einem anderen Mädchen* (DSK: URL). – У числі перших постів на сторінці був чат між Аною і іншою дівчиною; *Alle Zimmer sind unter anderem mit Klimaanlage, Plasma-TV mit Premium-Kanälen, DVD- und CD-Player, Klimaanlage und einem Marmor-Badezimmer mit Bidet ausgestattet* (DSK: URL). – У кожному номері є плазмовий телевізор з платними каналами, оброблена мармуром ванна кімната з біде, кондиціонер, DVD і CD плеєр.

У цьому випадку простежується метод повного запозичення слова або калькування [17: 13]. Це пояснюється відсутністю в запозиченій мові еквівалентного слова для нового предмета або поняття. Крім того, багато англійських слів є коротшими і зручнішими у вимові, ніж німецькі, наприклад: cartoon – satirische Geschichte als Comicstrip; crash – Zusammenstoß (Autounfall). Наприклад: *A verarscht uns mit einem scheiß Cartoon* (DSK: URL). – «А» вирішив познущатися над нами за допомогою чортового мультика; *Hier von einem crash zwischen Zivilisation und Barbarei zu sprechen, wie manche es tun, wäre eine zu krasse Vereinfachung* (DSK: URL). – Було б величезним спрощенням говорити, як це роблять деякі, про зіткнення між цивілізацією і варварством.

Ще один спосіб запозичення, а саме напівкалька, становить метод запозичення основи, тобто при переході з англійської мови в німецьку слово приймає норми не тільки фонетики, а й граматики, підкоряючись її правилам, наприклад: downloaden, skypen, spammen, mailen. Наприклад: *Damit kannst du dir dein erstes Handyspiel gratis downloaden*. – З їх допомогою ти зможеш завантажити свою першу гру (DSK: URL); *Ich muss... heute mit Leslie skypen, um die Inventur zu machen* (DSK: URL). – Я зв'яжуся з Леслі по скайпу сьогодні, щоб все обговорити; *Ich warte immer bis kurz vor Mitternacht, um meiner Freundin zu mailen, wegen der Zeitverschiebung* (DSK: URL). – Я завжди чекаю майже до півночі, щоб написати своїй дівчині через різницю в часі.

Крім дієслівних утворень, слово Google, що означає пошукову систему, можна також зустріти в якості компонента в похідних або складних іменниках [78: URL], наприклад: Googlebuch позначає комп'ютер, Gulli – гугл: *Fragen über Fragen ... trillian war schon gecracked, musst mak gulli im forum schauen* (DSK: URL). – Питання на запитання ... програма вже зламалась, вам потрібно заглянути на гугл на форумі; *Wir haben die Googlebücher von einigen skrupellosen Unternehmen hochgejagt* (DSK: URL). – Запустили віруси в комп'ютери кількох безпринципних компаній.

Дане явище в класифікації Г.Еманна названо звуковою германізацією (фонологічна германізація), тобто запозичене слово, що містить певні граматичні або фонетичні властивості німецької мови. Крім того, в словнику Германа Емана “Endgeil. Das vollkorrekte Lexikon der Jugendsprache” [56: 87] виділяються такі способи поповнення словника утворення молодіжного сленгу [22: 181]:

а) звуження значення, наприклад: Loser, tricky: *Irgendein Loser, der in der modernen Welt nicht zurechtkam* (DSK: URL). – Безпросвітний лузер, який не прижився в новому світі; *Zeit, das Dickie tricky wird* (FNS: URL). – Час для хитрощів старигана Діка.

б) розширення значення (семантичне додавання), наприклад: cool (super): *Du siehst gerade übrigens ziemlich cool aus* (FNS: URL). – І, до речі, ти зараз виглядаєш досить круто; *Habe ihn auf dem Motor aufgewärmt, funktioniert super* (FNS: URL). – Розігрів його на двигуні, що кишить мікробами, працює відмінно.

в) інтернаціоналізми, наприклад: Supporter (Eltern), Chillen (entspannen): *Du sagtest, deine Supporter benutzen dich, um einander anzugreifen* (FNS: URL). – Ти сказала, що твої батьки просто використовують тебе, щоб утримати один одного; *Und manchmal trinke ich gerne,... um mich zu chillen* (FNS: URL). – І часом я люблю випити ... щоб розслабитися.

г) спрощення (економія), наприклад, Demo: *Unsere Demo zeigt Ihnen Schritt für Schritt, wie Sie den besten Flug heraussuchen und Ihre Reisepläne individuell gestalten* (FNS: URL). – Наша демонстрація покаже Вам крок за кроком, як знайти кращий рейс і узгодити Ваші плани поїздки.

г) креативна гра слів, наприклад: give five, Digger (Dicker): *Wenn mir jemand sagt, dass ein Digger mir jedes Jahr Puppen bringt ...* (FNS: URL). – Коли говорять, що якийсь товстун щороку приносить мені ляльок ...

Як уже згадувалось вище, існує такий спосіб словотворення, характерний для запозичення в німецькій мові, як денгліш (deutsch + english), коли в якості компонента в похідних або складних словах виступає

запозичений компонент [22: 182]. Таке слово може бути утворено префіксальним, суфіксальним способом або складання основ, наприклад: *Partywelt*, *Star-Frühstück*, *der Superclub*, наприклад: *Vielleicht wollte ich zum Star-Frühstück bleiben und den Rest der Woche* (FNS: URL). – Можливо, я хотіла залишитися і на сніданок, і до кінця тижня; *Ihr kleiner Super-Club besteht aus sieben jungen Helden* (FNS: URL). – Їх маленький суперклуб складається з семи молодих героїв. У вищенаведених фрагментах основними способами перекладу німецькомовних сленгізмів, запозичених із англійської мови, є транскодування (поєднання транскрипції і транслітерації) та функціональні відповідники.

Як уже згадувалося, молодіжний сленг характеризується значною кількістю англіцизмів: Cash (готівка), Party (вечірка) Star (зоряний, супер, клас). Ці запозичення характерні для багатьох мов, але в німецькій мові англо-американізми зустрічаються особливо часто. Багато німецьких хлопців і дівчат вважають англійську мову більш привабливою і престижною для молодіжного середовища. Вони вважають, що за допомогою англо-американізмів молода людина стверджує свій культурний і громадський авторитет, заявляє свої претензії на певну культурну перевагу. Отже, англіцизми привносять новизну, визначають мовний портрет молодої людини, але часто невиправдано перевантажують повсякденну мову і ускладнюють розуміння [3: 34]. Наприклад, у наступних текстових фрагментах знаходимо: *Hast du Cash oder Cash dich, reitest du das Pferd oder das Pferd dich* (FNS: URL). – Ти маєш гроші, гроші мають тебе. Ти на коні або під конем (ти або переможець або переможений).

Як бачимо, Cash в значенні «готівка» набуло в німецькій мові маркірованого забарвлення і є широко поширеним в неформальному спілкуванні. Тут присутній той самий морфологічний принцип, що і в літературній мові. Інакше кажучи, це приклад дублювання фразеологізму за морфологічним принципом.

Таким чином, серед найбільш активних способів перекладу англiцизмiв як основного джерела утворення нiмецькомовних сленгiзмiв українською мовою слiд вiднести функцiональнi аналоги або вiдповiдники, а також лексико-граматичнi трансформацiї, зокрема транскодування, генералiзацiю та описовий переклад.

### **3.3. Скорочення й абрeвiатури в молодiжному сленгу**

До основних способiв перекладу абрeвiатур належать: переклад вiдповiдною абрeвiатурою, переклад вiдповiдною формою слова або словосполучення, транслiтерацiя повної вихiдної форми вiдповiдної абрeвiатури, транскрибування скорочення, створення нової української абрeвiатури та описовий переклад скорочення [52: 93]. Вибiр того чи iншого способу чи прийому перекладу залежить вiд багатьох факторiв. Це i характер перекладного тексту, молодiжна аудиторiя, особливостi психологiї самого перекладача, його прихильнiсть до певної лiтературної традицiї.

Необхiднiсть попереднього розкриття абрeвiатури або збереження розгорнутого скорочення протягом всього тексту перекладу пов'язанi головним чином з вiдсутнiстю еквiвалентної абрeвiатури в українській мовi. Вiдтак, завдання перекладача при вiдтвореннi абрeвiатур полягає у використаннi знання теоретичних основ перекладу для передачі комунікативної функції оригіналу, оскільки знання теорії перекладу та екстралiнгвiстичних реалiй є необхiдною умовою адекватностi перекладу [21: 35].

Через технiчнi особливостi Інтернет-комунікації найбільш характерним є використання абрeвiатур, скорочень i акронiмiв, якi полегшують i прискорюють процес спілкування в Інтернеті, оскільки мiнiмальнi в своїх буквених одиницях.

Основне завдання адресата – укласти максимум змісту в мінімум знаків. Свідомо чи несвідомо актуалізуються процеси згортання мови. Компресія тексту може відбуватися за рахунок різних мовних засобів [22: 183]:

1) графони – буквено-цифрові слова, наприклад, 4e (für immer-for ever); 8ung (Achtung); t+ (Denke positiv-think positive). Це явище називають Leetspeak і означає воно заміну літери на аналогічні цифри і символи. Він не призначений для усного мовлення, часто його важко розшифрувати, і тому він розглядається як секретний код комп'ютерного та електронного середовища, що користується особливою популярністю серед молоді. Наприклад: *Man sprach entspannt über Institutionen, demokratische Prozeduren und die 8ung des Gesetzes* (BPW: URL). – Кожен із них легко говорив про інститути, демократичні процедури і повагу до законності; *Viele Leute denken vielleicht, es würde ausreichen, wenn sie t+ oder wenn sie sich einfach nur das vorstellen, was sie haben möchten* (BPW: URL). – «Хіба якщо я буду мислити позитивно або просто візуалізувати що хочу, хіба цього не буде достатньо?»

2) літерні абрєвіації: КК – alles klar; WE – Wo-chenende; КА – keine Ahnung; КР – kein Problem, наприклад: *Noch vor ein paar Monaten war das KP, aber du hast mein Leben verändert* (BPW: URL). – І кілька місяців тому без проблем, але тепер все змінилося; *Am Ende haben die selbst KA* (BPW: URL). – Закінчується тим, що вони самі нічого не розуміють; *KK, ich beschlagnahme dieses Ding, bis wir sehen, was passiert* (BPW: URL). – Гаразд, я конфіскую цю ... штуку, поки ми не розберемося, що відбувається.

3) складові абрєвіації: BIGBEDI – Bin gleich bei dir; WAUDI – Warte auf dich; WOWIMAT? – Wollen wir uns mal treffen? Наприклад: – *Ich bin gleich bei dir, Maman* (BPW: URL). – А зараз я трохи обмежений у коштах, тому що ... Мам, одну секунду; *Jeremy und Dave WAUDI* (BPW: URL). – Джеремі і Дейв чекають тебе, щоб поїхати в торговий центр; *Angesichts der aktuellen Entwicklungen fand ich, es ist zu unser aller Nutzen, wenn WOWIMAT?* (BPW: URL). – Як ви знаєте, в світлі останніх подій я подумав, нам, нам хлопці, варто зустрітися з метою взаємної вигоди.

Скорочення використовують, щоб видалити непотрібні частини слів, зберігаючи при цьому їх зміст. Часто усуваються голосні, проте повну форму слова можна легко відновити. Це можуть бути як усічені слова: *VLLCHT* – *vielleicht*; *LW* – *langweilig*; так і слово з окремою літерою або складом, наприклад: буква + слово, склад + слово: *Iwie* – *Irgendwie*; *Aso* – *Ach so*. Наприклад: *VLLCHT kann Ihnen da jemand weiterhelfen* (BPW: URL). – Чорт, можливо, хтось там зможе направити тебе в правильному напрямку; *Wir müssen Iwie herausfinden, wo die restlichen Ferox sind* (BPW: URL). – Ми повинні не спускати очей з околиць і з'ясувати, де інші Безстрашні; *Ja, anstatt unserer Aso hilfreichen Kellnerin* (BPW: URL). – Так, замість нашої дуже корисної офіціантки.

Як видно з прикладів, в Інтернет-комунікації для швидкої передачі повідомлень все більше використовується так званий «телеграфний стиль», викликаний необхідністю економити час і вибирати більш короткі слова і вирази для вираження думки. Повідомлення, написані подібним чином, найчастіше незрозумілі людям старшого покоління, які звикли до більш глибокого, а тому більш повільного осмислення інформації.

Потрібно зауважити, що компресивний словотвір включає в себе різні способи і засоби словотворення. Метою компресивного словотворення є скорочення лексичної одиниці, що наочно відображає принцип мовної економії. Скорочення найменувань за допомогою усічення будь-яких компонентів є дуже характерним для розмовної німецької мови. Найбільшою частотністю відрізняються ініціальні односегментні усічення, тобто ті, у яких відсічені кінцеві компоненти – *Limo* (*nade*), *Assi* (*stent*), *Idi* (*ot*). Наприклад: *Dann kippte die Frau Zucker und Limo auf seine Schreibmaschine* (MGK: URL). – Потім ця жінка перевернула цукорницю і пляшку лимонаду на його друкарську машинку; *Also, normalerweise kennen nur der Magier, sein Assi, und ein paar vertraute Techniker das Geheimnis eines Tricks* (MGK: URL). – Що ж, зазвичай тільки сам фокусник, його асистент і кілька надійних людей знають секрет фокусу (MGK: URL); *Man muss wohl schon ein Idi sein, um etwas absolut*

*Hervorragendes wegzuwerfen* (MGK: URL). – По-моєму, тільки повний ідіот відмовиться від чудової речі.

У молодіжній мові існує багато сленгових утворень, отриманих словотворчим способом. Одні з лідируючих позицій при цьому займають усічення. Німецька мова молоді прагне до економії мовних засобів, чому сприяє телеграмний стиль спілкування між однолітками в соціальних мережах в Інтернеті (gn8 – gute Nacht, ZK! – zum Kotzen!), наприклад: *Nun, wenn Ihr mich nicht mehr braucht, dann gn8, Rumpelstilzchen* (DSK: URL). – Що може пригодитися одного разу, що ж, якщо вам від мене більше нічого не потрібно, тоді добраніч, Румпельштільцхен; *Derzeit ist Dean anzulügen... die Wahl, die am wenigsten ZK ist* (MGK: URL). – Зараз Дін бреше, це найменш відстійний вибір.

Навіть у повсякденному мовленні юне покоління прагне до стислості. Німецькі слова часто виглядають більш громіздкими, ніж їх англійські аналоги. «Значна кількість словникових одиниць в лексичному складі німецької мови представлена скороченнями слів і словосполучень» [35: 26]. Загальні причини виникнення скорочень досить ясно сформувалися в лінгвістичній літературі, і можна вказати на найважливіші з них: 1) мовець задовольняє, завдяки скороченням, потребу в економії мовних засобів; 2) скорочені, усічені слова дозволяють використовувати себе в різних словотворчих моделях, з подальшим утворенням нових слів; 3) укорочені слова нові, експресивні.

В окрему групу виділено скорочені власні назви на -i / -у. Власні назви в мові майже завжди піддаються змінам. Для зручності та економії імена скорочуються. Разом із тим, уживання скорочених імен не обмежується рамками молодіжної мови. Відтак використання скорочених форм імені прийнято в колі сім'ї, друзів і хороших знайомих. У німецькій мові існує цілий ряд скорочених назв із фінальним -i: Franzі – від Franziska, Nicki – від Nikolaus, Timmy/Timothy – від Timotheus, Tobi – від Tobias, Uli/Ulli – від Ulrich, Willi/Willy – від Wilhelm, Willibald. Наприклад: *Als sie in Berlin eintrafen, fanden sie jemand, der Tobi ersetzen konnte — einen jungen Mann namens Timmy* (BPW:

URL). – Прибувши в Берлін, вони знайшли заміну Тобі – молодого чоловіка на ім'я Тимофій; *Franzi konnte auf Grund ihrer verwandtschaftlichen Beziehungen ihrem Mann Dienste in Neapel vermitteln* (BPW: URL). – Завдяки своїм родинним зв'язкам Циска влаштувала чоловіка на службу в Неаполь; *Als Kind war Georgi gesünder und stärker als sein Bruder Nicki* (BPW: URL). – У дитинстві Георгій був більш здоровим і сильним, ніж його старший брат Нікі.

Важаємо, що лексичне наповнення молодіжної німецької Інтернет-мови є різноманітним і досить неоднорідним. Все частіше в мовленні молоді можна зустріти слова, що закінчуються на -і. Розглянувши перелік таких лексичних одиниць, ми виявили, що елемент -і може як приєднуватися до основ різних типів в якості суфікса, так і залишатися на стику морфем і виступати в якості фінального елемента. Крім цього, лексеми можуть запозичуватися з інших мов, при цьому вони можуть змінюватися. Спочатку розглянемо групу слів, до основи яких приєднався суфікс -і.

Найчастіше зустрічаються слова, в яких суфікс був приєднаний до усіченої основи. Усічення складних слів відбувається не завжди однорідно. Так, одні одиниці скорочуються на межі основ: *Bademeister* → *Badi*, *Hausmeister* → *Hausi*. У деяких випадках усічення відбувається всередині основи, яка довільно ділиться: *Amerikaner* → *Ami*, *Tourist* → *Touri*. Наприклад: *Die Ami würden natürlich das Kommando behalten* (BPW: URL). – Зрозуміло, весь цей час американці контролюватимуть судно; *Ich gehe mir ein Fahrrad ausleihen und die Stadt wie ein normaler Touri erkunden* (BPW: URL). – Я піду орендувати велосипед, і подивлюся місто, як нормальний турист; *Einer der Badi war gerade dabei, um eine Atombombe zu demontieren* (MGK: URL). – Один із рятувальників зараз буде розбирати атомну бомбу.

У наступну групу входять лексеми, в яких -і є фінальним елементом усіченої основи. Тут лексеми також поділяються на ініціальні: *Spezialist* → *Spezi*, *Zivilist* → *Zivi*, *Narziss* → *Narzi* і інші, складові: *Schieds | richter* → *Schiri*. Наприклад: *Zu wissen, dass ein Zivi Zugang zu Militärgeheimnissen hat...* (MGK: URL). – Коли цивільна особа має доступ до військових секретів ...; *Nein, er ist...*

*ein Spezi auf dem Gebiet kombinatorischer Beweisführung* (MGK: URL). – Ні, він ... спеціаліст в області дедуктивного мислення; *Ein Präsi, der einen Präsi umbringt* (TWIK: URL). – Президент, який вбиває президента, – це небезпечний приклад; *Er ist einer der internationalen Schiri der Weltorganisation für geistiges Eigentum* (TWIK: URL). – Входить до числа міжнародних арбітрів Всесвітньої організації інтелектуальної власності.

Також важливо розглянути і основи, до яких приєднався суфікс. Цікаво, що деякі розмовно-забарвлені основи набували нейтрального забарвлення: schlunzen → Schlunzi. Деякі основи були взяті з професійних мов: Sanitar → Sani. Наприклад: *DIY: So pimpst du deinen Schlunzi-Sweater!* ... (FNS: URL) – Зроби сам: вісь як можна затерти свого светра! ...; *In den letzten zehn Minuten sah ich denselben Sani, wie er fünfmal mit einer leeren Trage vorbeiging* (TWIK: URL). – За останні 10 хвилин цей санітар пройшов повз 5 разів з порожньою каталкою.

Поряд із фінальним -і в німецькій молодіжній Інтернет-мові існує й інший продуктивний фінальний елемент. Фінальний -о існує в мові вже давно і однією з головних особливостей цього елемента виступає те, що він є голосною фонемою. Відтак лексичний склад із представленим фінальним елементом досить різноманітний. Раніше він брав активну участь в оформленні скорочених назв і при цьому був зменшувально-пестливим суфіксом. Зараз цей елемент оформлює безліч загальних назв, а в молодіжній лексиці фінальний -о є популярним і варіації його використання досить різноманітні. Так, в окрему групу входять скорочені власні назви: Abbo/Abo – від імен з Adal-, наприклад, Adalbert, Diemo/Dimo – від Dietmar, Hanko/Hanno – від Johannes, наприклад: *Eines Nachts hat der Landpfarrer Abo Amen nahe einem Waldstück eine Autopanne* (FNS: URL). – Одного разу вночі у преподобного Адальберта Амена в лісі глохне автомобіль; *Diemo wird eine Reihe von Liedern zugeschrieben, nur bei wenigen ist seine Urheberschaft eindeutig zu bestimmen* (FNS: URL). – Дітмару приписується ряд пісень, і лише кілька з

них однозначно визнані його творами; *Du hättest mich aufhalten sollen, Hanno* (FNS: URL). – Тобі слід було зупинити мене, Йоханнес.

Словниковий склад з фінальним -о різноманітний і утворює безліч лексичних одиниць. Утворення поданих слів є також неоднорідним. Крім того, зустрічаються фінальні усічення. Суфікс -о приєднується в основному до усічених ініціальних основ: *Sadist* → *Sado*, *Lackaffe* → *Lacko* і т.д., наприклад: *Der neue Sultan war angeblich ein frühreif, verdorbenes Kind und ein Sado, der es liebte, die Frauen seines Harems zu quälen* (FNS: URL). – Новий султан нібито був розпещеною дитиною і садистом, який любив мучити жінок свого гарему; *Führt der Lacko die Geschäfte? Mickey?* (FNS: URL) – Тепер цей торгаш заправляє клубом?

Серед досліджуваної лексики приєднань до медіальних основ було доволі мало: *Johannes* → *Hanko*. Наприклад: *Jürgen Trimborn: Hanko: Der Herr im Frack* (FNS: URL). – Юрген Трімборн: «Йоханнес, пан у фраку». Фінальні усічення представлено всього одним прикладом із скорочених назв: *Gerhard* → *Hardo*. Наприклад: *Hardo schoss diesen Versuchsballon allerdings umgehend ab und erklärte* (FNS: URL). – Але Герхард негайно збив цю «пробну кулю», заявивши ...

Явище фінального усічення -о досить часто зустрічається в молодіжній лексиці. Існує досить багато прикладів як ініціальних: *Anglo-amerikaner* → *Anglo*, *Provokator* → *Provo*; так і складових усічень: *Lust | molch* → *Lumo*, *Jung | polizist* → *Juro*. Наприклад: *Hart arbeitende Anglo dürfen nicht benachteiligt werden* (FNS: URL). – Я не думаю, що ми можемо карати працьовитих англо-американців; *Der Provo sollte der Gruppe mitteilen, wann sie aufschließen und wo sie anhalten soll* (FNS: URL). – Провокатор повинен сповіщати групу, коли просуватися вперед і коли зупинятися; *Du denkst, ich würde diesen alten Lumo Hand an mich legen lassen?* (FNS: URL) – Думаєш, я дозволила б цьому старому розпусникові торкатися до мене?

На особливу увагу заслуговує суфікс -к-, який при скороченні власних назв надає найменуванню відтінок ласкавості: *Heinrich* → *Heinko*, *Johannes* →

Hanko. Наприклад: *Nun müssen Sie daran denken, das war 10 Jahre bevor Heinko das Existieren von Radiowellen bewies ...* (FNS: URL). – Не забувайте, що справа була за 10 років до того, як Генрі довів існування радіохвиль; *Es war klar, dass Hanko Taro nicht heiraten wollte* (FNS: URL). – Було очевидно, що Ханако не хоче виходити заміж за Таро.

Таким чином, основними причинами вживання німецькомовного сленгу молоддю в мережі Інтернет є швидкий темп життя і поява сервісу SMS, чатів, форумів і соціальних мереж. Мова в Інтернеті повинна бути максимально короткою і зручною, щоб швидко передавати свою думку в тексті повідомлення. Тому молоді люди все частіше використовують в розмовному мовленні короткі сленгові фрази, прості конструкції, за допомогою яких можна максимально швидко передати свою думку.

Отже, для утворення молодіжного сленгу в Інтернет-комунікації характерні різні скорочення і аббревіації та запозичення, головним чином з англійської мови. Сленгізми, як правило, є коротшими порівняно з написанням своїх аналогів у літературній мові, що дозволяє економити час при наборі і місце в повідомленні. Крім того, спостерігаємо процес компресії на рівні речення. Разом із тим, вживання Інтернет-сленгу розкріпачує співрозмовників і дозволяє передати емоційний настрій людей, що спілкуються.

### **Висновки до розділу 3**

У 3 розділі нами були розглянуті особливості відтворення молодіжних сленгізмів в Інтернет-дискурсі. Серед них варто виділити: по-перше, лексичні трансформації німецьких сленгізмів; по-друге, англіцизми як основне джерело утворення лексичних сленгізмів та специфіку їх відтворення українською мовою; по-третє, скорочення й аббревіатури в молодіжному сленгу.

Нами було вивчено лексичні одиниці з фінальним -і і виявлено, до яких основ він приєднується. Як суфікс -і приєднується до усічених основ тієї ж частини мови, що і похідне слово, так і до інших. Також суфікс -і приєднувався

до усічених основ, а також запозичень із іншої мови. В якості фінального -і зустрічається в усічених словах, на стику морфем. До того ж, цей елемент можна зустріти завдяки запозиченням із інших мов, на кінці перетворених із власних назв загальних назв. Важливо також відзначити, що для молодіжної мови характерним є створювати скорочені форми для власних назв, і фінальний -і у багатьох випадках стає фінальним елементом. Ми також проаналізували молодіжні сленгові одиниці з фінальним -о. Розглянуті лексеми є семантично неоднорідними. Було з'ясовано, які словотвірні особливості притаманні даному фінальному елементу. Як суфікс, фінальний -о приєднується в основному до усічених основ іменників. Набагато рідше основами, до яких приєднується суфікс -о, стають запозичення з англійської мови.

Дослідження показало, що найбільш адекватним способом відтворення німецькомовних сленгізмів в Інтернет-дискурсі стало використання функціональних аналогів за широкої наявності їх в українській мові. Тоді як за їх відсутності було використано експлікацію або низку інших перекладацьких трансформацій, зокрема компресію, компенсацію та генералізацію. При цьому ми намагалися дотримуватися відповідних норм мови перекладу. У випадку, коли з огляду на контекст потрібно було відмовитися від одного з варіантних відповідників, ми застосовували контекстуальну заміну.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

На основі аналізу наукової літератури, присвяченої проблемі дослідження, встановлено, що в молодіжному мовленні сленг виконує цілу низку функцій, а саме: комунікативну, когнітивну, номінативну, експресивну, ідентифікаційну, а також функцію економії часу. При проведенні аналізу сленгової лексики під «сленгом» розуміють мову щодо закритої соціальної або професійної групи, що відрізняється від загальнорозмовної мови особливим складом слів і виразів.

Розглянуто основні характеристики молодіжної лексики у німецькомовному медійному просторі, до яких належать економність, лінійне розширення висловлювання, зручність і легкість використання молодіжної сленгової лексики, певні графічно-стилістичні закономірності, а також творення нових лексичних одиниць і нових значень слів, розширення старих значень тощо. Розгляд повідомлень на молодіжних сайтах, форумах і чатах дозволив виявити такі особливості сленгу сучасного німецькомовного Інтернет простору: оригінальні форми вітання і прощання; різного роду скорочення і усічені моделі; енклітичні словоформи; інфлексиви і інфлексивні конструкції, а також інші способи передачі невербальних засобів спілкування; нехтування правилами граматики і пунктуації; «Мова-Leet».

Були виявлені наступні труднощі, що виникають у перекладачів при перекладі сленгізмів: неперекладність, складність передачі експресивно-емоційної складової поряд зі змістом, швидко змінюваний словниковий склад сленгу, неможливість фіксації всіх сленгізмів у спеціальних словниках, незнання або нерозуміння значення слова, багатозначність сленгізмів, відмінності в сферах вживання сленгу у різних мовах, цензура. Для того, щоб ці труднощі не ставали серйозними проблемами для перекладача, було запропоновано різні варіанти перекладу молодіжних сленгізмів. Залежно від смислового повідомлення, контексту, мети, адресата, комунікативного

завдання перекладу, характеру сленгізмів тощо перекладач може вибрати той чи інший спосіб перекладу.

З Інтернет дискурсу разом було виокремлено та згруповано 15 ЛСГ. Серед них найбільш поширеною виявилася група “Оцінні поняття” загальною кількістю 25%. Друге місце посіла група німецькомовних сленгізмів “Зневажлива характеристика денотата”, що становить 15%. Найменша кількість сленгових виразів входить до ЛСГ “Назви засобів пересування і предметів побуту” та “Назви одягу” по дві одиниці відповідно.

Найбільш представленими структурно виявилися німецькомовні Інтернет-сленгізми, що були запозичені з інших мов (22%). Друге місце серед сленгізмів займають композити, утворені способом словоскладання, що становить 21%. Афіксальний спосіб, тобто утворення сленгізмів від кореневих іменників чи прикметників за допомогою суфіксів і префіксів зайняв 18%. Усічення кінцевих складів, тобто апокопи та метафоризація значення сленгових одиниць займає 15 та 14% відповідно. До найменш поширених способів утворення німецькомовних Інтернет-сленгізмів належать конверсія (3%), ініціальні скорочення (3%), усічення початкових складів або афереза (2%) та телескопізми (2%). Отже, значна кількість англомовних запозичень серед сленгізмів свідчить про надзвичайну популярність англійської мови серед молоді. У нашій роботі ми виділили два компонента: оцінний і емоційно-стилістичний. У результаті проведеного дослідження ми виявили, що найбільш популярними є німецькомовні Інтернет-сленгізми з оцінним значенням, переважно позитивним (25%), а також негативна характеристика осіб та явищ (15%) у значно меншій кількості порівняно з першою групою. Це, у свою чергу, є свідченням позитивної налаштованості молоді по відношенню до одне одного і до ситуацій та явищ дійсності взагалі.

За класифікацією способів перекладу німецькомовних Інтернет-сленгізмів, було виділено, головним чином, наступні ключові методи перекладу сленгових одиниць: еквівалент, аналог та описовий переклад. Перший спосіб перекладу вважається найдоцільнішим. Його трактують як

постійний рівнозначний відповідник певному слову або словосполученню в іншій мові, що не залежить від контексту. Іноді за відсутності прямого еквіваленту можна обмежитися стилістично нейтральними варіантами. У результаті дослідження було виявлено, що найбільш адекватним способом перекладу німецькомовних Інтернет-сленгізмів, відібраних нами з німецькомовних молодіжних Інтернет-ресурсів стало використання функціональних аналогів. За їх відсутності ми вдавалися до описового перекладу або до інших перекладацьких трансформацій. При цьому ми намагалися дотримуватись відповідних норм української мови. У тому випадку, коли контекст змушував відмовлятися від вибору варіантних відповідників, було знайдено контекстуальну заміну.

Оскільки при відтворенні німецькомовних сленгізмів, відібраних нами з Інтернет-джерел, перекладацькі відповідники займали перші позиції, слід було, на наш погляд, звернути особливу увагу на той факт, що застосовуючи функціональні аналоги, необхідно вибирати з декількох синонімів найбільш придатний. При перекладі німецьких Інтернет-сленгізмів часто було використано аналогічні відповідники зі схожою експресивністю чи підібрано найбільш близькі за емоційним забарвленням розмовні відповідники. Якщо у словнику української мови ми спостерігали відсутність еквівалентів та аналогів, які відповідали б значенню слова чи словосполучення в німецькому Інтернет-дискурсі, то ми застосовували експлікацію або описовий переклад. У цільовій мові описово відтворювалися переважно слова, які позначали не існуючі поняття, а тому і не мали спеціальних слів для їх найменування в українській мові. На нашу думку, недоліком експлікації як лексико-граматичної перекладацької трансформації є його громіздкість. З цієї причини найбільш вдало цей спосіб перекладу застосовувався тоді, коли можна було обійтися відносно коротким поясненням. Під час перекладу сленгізмів, що зустрічалися в німецькомовному Інтернет-дискурсі, ми також використовували такі трансформації, як заміни, конкретизації, генералізації, компенсації, цілісного перетворення, смислового розвитку та компресії.

Щодо рекомендацій стосовно практичного застосування молодіжних німецькомовних Інтернет-сленгізмів, а також окреслення перспектив подальших досліджень у цьому напрямку, слід зазначити, що не можна упереджено ставитися до сленгу як до явища, яке забруднює мовлення. Сленг є складовою частиною розмовного мовлення загалом і молодіжного зокрема. І тому завдання перекладача полягає лише у правильному його відтворенні, що, своєю чергою, вимагає від нього глибоких фахових і фонових знань.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверкина Л. А. Проблемы перевода немецкого молодежного сленга. *Вестник Вятского государственного гуманитарного ун-та*. 2010. Т. 1. № 2. с. 96–99.
2. Архипов А. Ф. Самоучитель перевода с немецкого языка на русский. М.: Высшая школа, 1991. 255 с.
3. Багана Ж., Трещева Н. И. К вопросу о неизменяемых англицизмах. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки»*. 2009. № 6 (61). Вып. 3. С. 32–38.
4. Бархударов Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. М.: Международные отношения, 1975. 240 с.
5. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и Функционирование. *Вопр. языкозн.* 1996. 56 с.
6. Бикжанова Л. Ф. Заимствования в молодежном жаргоне. *Немецкий язык в Башкортостане: проблемы и перспективы: Материалы 13-й Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) / отв. ред. Р. Г. Гатауллин*. Уфа: РИЦ БашГУ, 2018. 196 с. с. 183-188.
7. Борисенко А. А. Сленгизмы в немецкой молодежной речи. *Иностранная филология. Социальная и национальная вариативность языка и литературы* : материалы Международного научного конгресса. Симферополь: КФУ им. В.И. Вернадского, 2016. 688 с. С. 59–62.
8. Бугера О. А. Соціальні діалектизми: історія розвитку та теоретичного опрацювання. *Філологічні студії*. 2011. Вип. 6. Ч. 2. С. 30–38.
9. Быкова О. И. Этнокультурный репертуар немецких прагматонимов. *Вестник ВГУ, Серия “Лингвистика и межкультурная коммуникация”*. 2005. С. 89–97.
10. Велим Е. С. Языковые особенности в структуре современного молодежного массмедийного дискурса : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.01.10 “Журналистика (филологические науки)”. Тверь, 2015. 174 с.

11. Виноградов В. С. Общие лексические вопросы. М.: Вектра, 2012. 240 с.
12. Гальперин И. Р. В Термин «сленг». *Вопросы языкознания*. М.: Просвещение, 1986. 235 с.
13. Девкин В. Д. Диалог. Немецкая разговорная речь в сопоставлении с русской. М.: Наука, 2013. 270 с.
14. Жаркова Т. И. Сленг современной немецкой молодежи как средство развития коммуникативной компетенции студентов: URL: <https://urok.1sept.ru/articles/500187>
15. Жмурко К. Ю. Стилiстичнi особливостi вiдображення емоцiй в електронних листах сучасної нiмецької мови. *Перекладацькi iнновацiї: матеріали ІХ Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції*, м. Суми, 14–15 березня 2019 р. Суми : Сумський державний університет, 2019. С. 148-150.
16. Захарченко Т. Е. Английский и американский сленг. М.: АСТ, 2009. 133 с.
17. Земская Е. А. Словообразование как деятельность. М.: Наука, 2009. 221 с.
18. Кияк Т. Р. Теорія і практика перекладу: Нiмецька мова / Т.Р. Кияк, А.М. Науменко, О.Д. Огуй. Вінниця: Нова книга, 2006. 586 с.
19. Кропп В. Молодежный жаргон. М.: Чистые пруды, 2006. 32 с.
20. Кузенко Г. М. Мовні засоби вираження емотивності. *Наукові записки НаУКМА*. 2000. Т. 18: Філологічні науки. С. 76-83.
21. Кулакова К. В. Выражения современного языка немецкой молодежи в переводе. *Теоретическая и прикладная лингвистика*. 2019. № 5 (2). С. 28–40.
22. Курочкина Е. А. Специфика использования немецкого молодежного сленга в электронной коммуникации. *Вестник Башкирского ун.-та*. 2018. № 1. Том 23. С. 180-185.
23. Лаптева Ю. В. Функции молодежного сленга. *Вестник МГОУ*. 2012. С. 34 – 38.

24. Левицька Л. Я., Микитка І. С. Німецький молодіжний сленг та його лексико-семантичні особливості. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Філологія. Харків, 2013. № 1052. Вип. 74. С. 94–99.
25. Матарыкина Н. Д. Неологизмы немецкого молодежного сленга на рубеже XX – XXI веков: дис. .... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 2005. 214 с.
26. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. М.: Московский лицей, 1996. 290 с.
27. Олійник Л. В. Синонімія в німецькомовному молодіжному слензі: дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук. / Спец. 10.02.04 – германські мови. Київ, 2016. 228 с.
28. Олейник О. В. Немецкие сленгизмы в свете неологической теории: автореферат дис. на соискание степени канд. филол. наук. Самара, 2007. 24 с.
29. Орлова О. А. Некоторые особенности онлайн коммуникации – инфлективы и инфлективные конструкции. *Вестн. Нижегород. гос. лингв. ун-та*. Сер.: Лингвистика и межкульт. коммуникация. 2009. Вып. 8. С. 27–35.
30. Поздняков О. В. Процеси метафоризації в німецькому молодіжному слензі. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського*. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2020. Т. 31 (70). № 3. ч.1. С. 166–170.
31. Полехина Е. А. Молодежный жаргон как объект лингвистического исследования. *Вестн. Волгогр. гос. ун-та*. Сер. 2, Языкозн. 2012. № 1 (15). С. 180–184.
32. Потєбня О. Естетика і поетика слова: збірник. Київ: Мистецтво, 1985. 301 с.
33. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М.: Р. Валент, 2016. 240 с.
34. Розен Е. В. Подростково-молодежный словесный репертуар (на материале современного немецкого языка) / Е.В. Розен. *Иностр. яз. в шк.* 1975. С. 45 – 56.

35. Розен Е. В. На пороге XXI века. Новые слова и словосочетания в немецком языке. М.: Менеджер, 2000. 192 с.
36. Розен Е. В. Немецкая лексика: История и современность. М.: Высшая школа, 1991. 94 с.
37. Романова М. С. Компенсаторные средства передачи паралингвистических компонентов устного диалога в чате (на материале немецкого языка). *Вестн. Челяб. гос. пед. ун-та*. 2011. № 6. С. 238–247.
38. Россихина М. Ю., Быков А. А. Специфика Интернет-сленга немецкоязычной молодежи. Филология. *Вестник Северного (Арктического) федерального ун-та*. 2016. С. 116 – 126.
39. Россихина М. Ю., Цыганкова О. С. Специфика употребления немецкого молодежного языка в сети Интернет. *Вестн. Брян. гос. ун-та. Сер.: История. Литературоведение. Право. Языкознание*. 2012. № 2(2). С. 306–310.
40. Россихина М. Ю. Немецкий молодежный сленг как объект лингвистического исследования в зарубежной германистике. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2017. № 48. С. 74 – 83.
41. Россихина М. Ю. Немецкий молодежный жаргон XIX и XXI веков: семантические и словообразовательные параллели. *Вестник Брянского гос. ун-та*. 2014. С. 1 – 5.
42. Саркасян И. М., Цыганенко Е. В. О роли молодежного сленга на территории Германии. *Иностранная филология*. Социальная и национальная вариативность языка и литературы: материалы Международного научного конгресса. Симферополь: КФУ им. В.И. Вернадского, 2016. 688 с. С. 530 – 534.
43. Соболев И. Д. Сленговые слова и выражения в текстах песен немецких рок- и лаунж-исполнителей. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота, 2018. № 1(79). Ч. 1. С. 168-170.
44. Сокол Г. Р. Сленг сучасної німецької молоді як засіб розвитку комунікативної компетенції студентів. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство*. Луцьк, 2013. № 20. С. 172–176.

45. Солдатова С. М., Козонак А. В. Лінгвістичний статус німецького молодіжного сленгу. *Молодий вчений*. Херсон: Молодий вчений, 2018. № 4 (56). С. 344–348.

46. Таценко Н. В. Реалізація емпатії в сучасному англомовному дискурсі: когнітивно-синергетичний аспект. Монографія. Суми: Сумський державний університет, 2017. 357 с.

47. Ткачівська М. Р. Молодіжний сленг і його класифікації. *Одеський лінгвістичний вісник*. Одеса: Гельветика, 2015. № 6. Т. 2. С. 114–118.

48. Христенко О. С. Дискурсні сфери функціонування німецького молодіжного сленгу. *Вісник Сумського державного університету*. Суми: СумДУ, 2006. № 3 (87). С. 110–114.

49. Чорна С. С. Особливості молодіжного сленгу в німецькій мові. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2017. Вип. 53. С. 372-379.

50. Шемчук Ю. М. Модернизация существующей лексики современного немецкого языка: автореф. дис. на соискание степени докт. фил. н. М, 2006. 26 с.

51. Шемчук Ю. М. Переименование в лексике современного немецкого языка / Ю.М. Шемчук. Вестник ВГУ, Серия “Лингвистика и межкультурная коммуникация”. 2005. С. 90 – 98.

52. Шеремета К. Ю. Англомовний сленг: перекладацький аспект. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя*. Філологічні науки. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2016. Кн. 2. С. 92–95

53. Adroutsopoulos J. K. Jugendliche Schreibstile in der Netzkommunikation: Zwei Gästebücher im Vergleich. *Jugendsprachen – Spiegel der Zeit*. Internationale Fachkonferenz 2001 an der Bergischen Universität Wuppertal. Frankfurt am Main, 2003. S. 307–321.

54. Breuhan A. Facharbeit zum Thema: Chatsprache. URL: <https://www.andybreuhan.de/files/facharbeit.pdf/>

55. Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge, 2001. Cambridge University Press, 272 p.
56. Ehmman Hermann. *Endgeil. Das vollkorrekte Lexikon der Jugendsprache I* Hermann Ehmman, 2005. 178 S.
57. Henne H. *Jugend und ihre Sprache: Darstellung, Materialien, Kritik*. Berlin; New York: de Gruyter, 2016. 385 S.
58. Kilian J. *T@stentöne. Geschriebene Umgangssprache in computervermittelter Kommunikation*. Stuttgart, 2011. S. 55–78.
59. Kleinberger G. U., Spiegel C. *Jugendliche schreiben im Internet: grammatische und orthographische Phänomene in normungebundenen Kontexten. Perspektiven der Jugendsprachforschung*. Frankfurt am Main, 2006. S. 101–115.
60. Neuland E. *Jugendsprache – Jugendliteratur – Jugendkultur*. 3., korr. Aufl. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2015. 277 S.
61. Reinke M. *Jugend, Sprache und Medien. Am Beispiel von Rundfunksendungen für Jugendliche*. Hannover, 2014. 19 S.
62. Reinke M. *Jugendliche als Internet-Nutzer. Jugendsprachen – Spiegel der Zeit. Internationale Fachkonferenz 2001 an der Bergischen Universität Wuppertal*. Frankfurt am Main, 2003. S. 417–430.
63. Reiß K. *Adäquatheit und Äquivalenz als Schlüsselbegriffe der Übersetzungstheorie und -praxis*. In M. SnellHornby, M. Kadric, *Grundfragen der Übersetzungswissenschaft. Wiener Vorlesungen*. Wien: WUV Universitätsverlag, 2009. S. 161–176.
64. Runkehl J., Schlobinski P., Siever T. *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Wiesbaden, 2015. 240 S.
65. Schlobinski P., Heinz H.-Ch. *Jugendliche und “ihre“ Sprache: Sprachregister, Jugendkulturen und Wertesysteme. Empirische Studien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 2014. 236 S.
66. Schlobinski P., Kohl G., Ludewigt J. *Jugendsprache. Fiktion und Wirklichkeit*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 2013. 223 S.

67. Siever T. Das Wort in der Netzkommunikation. Handbuch Wort und Wortschatz. Berlin, 2015. S. 53–74.

68. Spears R. A. Slang and Euphemism. Oxford: Jonathan David Publishers, Inc., 2009. 1184 pp.

69. Weisgerber J. L. Native language and the formation of the spirit. Translation from German, introductory article and comments by O. A. Radchenko. 2nd ed. revised and enlarged. Moscow: Editorial URSS Press, 2004. 347 p.

## СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

70. Александрова Т. С., Пригоникер И. Б. Новые слова в XXI веке. Немецко-русский словарь: ок. 3000 слов и выражений. М., 2007. 1098 с.
71. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
72. Девкин В. Д. Немецко-русский словарь разговорной лексики. М.: Русский язык, 1994. 768 с.
73. Hehl H. Lexikon der Jugendsprache. URL: [http://hehl-rhoen.de/pdf/lexikon\\_der\\_jugendsprache.pdf](http://hehl-rhoen.de/pdf/lexikon_der_jugendsprache.pdf)
74. Langenscheidt 100 Prozent Jugendsprache. 2018 (Deutsch – Englisch). München: Langenscheidt, 2017. 160 S.
75. PONS 15 Jahre Wörterbuch der Jugendsprache – Sammelband: Das Original – unzensiert. 1. Aufl. Stuttgart: PONS, 2016. 288 S.
76. PONS Wörterbuch der Jugendsprache 2015. Stuttgart: Klett, 2014. 143 S.
77. PONS Wörterbuch der Jugendsprache 2017. Stuttgart: PONS, 2016. 144 S.
78. Sprachnudel: Wörterbuch der Jetztsprache. URL: <http://www.sprachnudel.de/kategorie/jugendsprache>

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

QLA – Queen Laya: URL: <http://queen-laya.blogspot.com/2012/07/samsung-galaxy-siii.html>

JLD – Julia Laya Dornes: URL: <https://www.facebook.com/laya.chanel/>

BSMM – Buchstaeblich seltsam! Man macht sich ja so seine Gedanken, ne?  
URL: <https://buchstaeblich.wordpress.com/>

JGA – Jani goes to Amerika! Willkommen auf meiner Seite und viel Spaß beim Lesen! URL: <http://jan-osmers.blogspot.com/>

ODD – Oddl – Denn Du. URL: <http://tralalafee.blogspot.com/2011/02/>

MGK – Mein ganzer körper juckt höllisch! URL: <https://www.gutefrage.net/frage/mein-ganzer-koerper-juckt-hoellisch>

KWHB – Kristin Woltmann. Holistic Business Coach: URL: <https://kristinwoltmann.de/about-me/>

FZT – 100 Fragen zum Thema Mathe: URL: <https://www.gutefrage.net/tag/mathe/1>

TWIK – Tally Weijl ich komme: URL: <http://maries.over-blog.de/article-tally-weijl-ich-komme-97954946.html>

DPCL – Die Perspektive von Care Leavern in der Praxisforschung: URL: <https://www.sos-kinderdorf.at/aktuelles/die-perspektive-von-care-leavern-in-der-praxisfors>

FNS – Frohes Neues: URL: <http://issi.over-blog.de/>

ZDG – Zalando – Dieser glamouröse Look sorgt für richtige: URL: <https://www.facebook.com/Zalando.ch/posts/3506661966066682/>

BPW – Beety Partywelt: URL: <https://www.facebook.com/beetypartywelt>

BUOB – Bei uns oder bei euch? URL: <https://learngerman.dw.com/ru/bei-uns-oder-bei-euch/1-47772233/1m>

DSK – Der Spiegel Kultur. 2012. № 3. 46 S. <https://www.spiegel.de/consent-a?targetUrl=https%3A%2F%2Fwww.spiegel.de%2Fkultur%2F&ref=https%3A%2F%2Fwww.google>

## ДОДАТКИ

## Молодіжні сленгізми в німецькомовних текстах Інтернет-спілкування та їх відтворення українською мовою

## Додаток А

Оригінал	Переклад
1. <i>Es war Ende der Sechziger und ich kam nach Paris, um <u>Franz</u> zu lernen</i> (ODD: URL).	Мені було двадцять років, був кінець 60-х, і я приїхав до Парижа на рік, вивчати <u>французьку мову</u> . (переклад наш – Л.Є)
2. <i>In der <u>Uni</u> habe ich alle möglichen Pflanzen einzeln untersucht</i> (FZT: URL).	Під час моїх досліджень у <u>коледжі</u> я вивчала кожен рослину окремо.
3. <i>Wir glauben an eine <u>Reli</u>, die uns auferlegt, die Konvertiten zu töten</i> (ODD: URL).	Наша <u>віра</u> наказує нам вбивати відступників.
4. <i>Mönche und Bürgern <u>hämmern</u> emsig am Zerstörungswerk mit</i> (ODD: URL).	Ченці і городяни старанно <u>трудяться</u> над руйнуванням.
5. <i>Es war leer, bis auf ein Zitat auf der letzten Seite, mit <u>Gedankenmanifestator</u> geschrieben</i> (ODD: URL).	Він був чистий, тільки на останній сторінці була цитата, написана <u>олівцем</u> .
6. <i>Volltreffer, ich kann noch immer nichts ohne <u>Gehirnprothese</u> rechnen</i> (ODD: URL).	До сих пір не можу рахувати без <u>калькулятора</u> .
7. <i>Kein Koffer, keine <u>Klamotten</u>... er hatte nicht geplant, hier zu bleiben</i> (ODD: URL).	Ні валізи, ні <u>одягу</u> ... він не планував залишатися.
8. <i>Ich wollte mir nur einen <u>Sweater</u> holen, die meine Figur betont</i> (ODD: URL).	Я тільки хотіла захопити теплий <u>кардиган</u> , що підкреслює мою фігуру.
9. <i>Und jetzt soll ich mit meinen "Kolleginnen" <u>shoppen</u></i> (JLD: URL).	А тепер ти хочеш <u>відправити</u> мене за <u>покупками</u> з «подругами».

<p>10. <i>Die Sendung hat den Charme einer <u>Outdoor-Party für Rentner: Kein Tempo, keine Stimmung und erst recht keine Spannung</u> (JLD: URL).</i></p>	<p>Передача має чарівність <u>післяобідньої кави</u> для пенсіонерів: ні швидкості, ні, звичайно, напруги.</p>
<p>11. <i>Ähnlich einem Gefangenen in der Todeszelle hat das <u>Esperantogeld</u> in letzter Minute einen Aufschub seiner Hinrichtung erhalten</i> (QLA: URL).</p>	<p>Як замкнений у камері смертників, в останню хвилину <u>євро</u> отримало ще одну відстрочку.</p>
<p>12. <i>In Australien wurde der Song <u>Manhattan für den Muckomat</u> als vierte Single veröffentlicht</i> (QLA: URL).</p>	<p>На австралійському <u>радіо</u> в якості четвертого синглу з'явилася пісня «Manhattan».</p>
<p>13. <i>Vielleicht bist du eine verkorkste <u>Zicke</u>, die es Papa heimzahlt, weil sie mit sechzehn kein Pony bekam</i> (QLA: URL).</p>	<p>Може, ти й зіпсована <u>ципонька</u>, і мстиш своєму татові за те, що не купили поні, коли тобі стукнуло 16.</p>
<p>14. <i>Nur <u>eine Schlampe</u> würde einen Soldaten des Königs überfallen</i> (QLA: URL).</p>	<p>Тільки <u>повія</u> буде опускатися до того, щоб пограбувати людину короля.</p>
<p>15. <i>Vor sechs Monaten bat mich mein Freund Marshall, Ihr <u>Daddy</u>, um einen Gefallen</i> (TWIK: URL).</p>	<p>Півроку тому мій друг Маршалл, твій <u>батько</u>, попросив надати йому послугу.</p>
<p>16. <i>Ich schreib den Namen von einer aus meiner Klasse hin, die ich <u>ätzend finde</u></i> (TWIK: URL).</p>	<p>Я вписала прізвище дівчини з мого класу, яку <u>терпіти</u> не можу.</p>
<p>17. <i>Während die einen den Film als den „<u>ultimativen Partyfilm</u>“ verstanden, sahen die anderen vor allem die Handlungslosigkeit des Films als großes Problem</i> (TWIK: URL).</p>	<p>У той час як одні вважали картину «<u>чудовим фільмом для вечірок</u>», інші вважали відсутність дії у фільмі серйозною проблемою.</p>

18. <i>Hey, ich wollte dir nur mitteilen, dass das Problem gelöst ist</i> (TWIK: URL).	<u>Привіт</u> , я тільки хотів сказати тобі, що проблема вирішена.
19. <i>Entschuldigung, Fräulein. Ich wollte nur nett sein</i> (TWIK: URL).	Я тільки намагався зробити поїздку приємнішою, <u>розумієте?</u>
20. <i>Okay, wow, es wird gruselig hier drin, ich rufe Marshall an</i> (TWIK: URL).	Добре, <u>вау</u> , тут стає трохи дивно.
21. <i>Boah, ich frier mir hier den Arsch ab und du liegst noch im Bett!</i> (TWIK: URL)	<u>Блін</u> , я тут дупу надриваю, а ти ще в ліжку!
22. <i>Würden wir nur gute Männer wählen, hätten wir nie Big Boss</i> (DPCL: URL).	Якби вибирали тільки хороших хлопців, у нас ніколи б не було <u>лідерів</u> .
23. <i>Leitender Älteste in der Gruppe und höchstwahrscheinlich ihr Chef</i> (DPCL: URL).	Співробітник вищого рівня у посольстві – найстарший у групі і, напевно, є їхнім <u>лідером</u> .
24. <i>Außerdem ist der Kerl ein Nulli(nger) – mit null Aufstiegschancen</i> (DPCL: URL).	І взагалі він <u>лузер</u> із безперспективною роботою.
25. <i>Nenn mich hohl, aber wenn Verbrecher beliebter sind als Cops, ist das Anarchie</i> (DSK: URL).	Може я <u>старомодний</u> , але коли шахраї популярніші, ніж копи, це вже анархія.
26. <i>Die Schruppelrose sagte, dass sie den Ring von einem fahrenden Händler kaufte</i> (DSK: URL).	<u>Стара</u> розповіла мені, що вона купила кааблучку у мандрівного торговця.
27. <i>Es meint, es will nur, dass die Rotzschleuder glücklich wird!</i> (DSK: URL)	Тепер він говорить, що найбільше він хоче, щоб <u>Плакса</u> була щаслива!
28. <i>Du betest sie an, aber du hast nicht den Mumm, es ihr zu sagen, weil du der Angsthase bist</i> (DSK: URL).	Ти поклоняєшся їй, але ніколи не набрався сміливості зізнатися їй, тому що ти <u>слабка, боягузлива дитина</u> .

<p>29. <i>Ich bin vollkommen einverstanden, dass man <u>Denkmeister</u> jegliche Waffen wegnehmen muss, wobei man mit Computern und Schreibmaschinen anfangen sollte</i> (DSK: URL).</p>	<p>Я повністю згоден, що у <u>дурнів</u> треба відібрати все озброєння, починаючи з комп'ютерів і друкарських машинок.</p>
<p>30. <i>Aber das ist hier kein Auffangbecken, und ich brauche nicht noch einen <u>Diplom-Alker</u></i> (DSK: URL).</p>	<p>Але тут не притулок невдах і мені не потрібен черговий <u>алкоголік</u>.</p>
<p>31. <i>Wenigstens wissen wir jetzt, dass <u>der Modezar</u> nicht wieder kommt</i> (DSK: URL).</p>	<p>Принаймні ми знаємо, що <u>кравець</u> не повернеться.</p>
<p>32. <i>Diese Idee und die fortschrittliche Ausrüstung des Studios zog zahlreiche bengalische <u>Filmheine</u> an</i> (DSK: URL).</p>	<p>Ця ідея і сучасне обладнання студії привернули увагу багатьох бенгальських <u>кінематографістів</u>.</p>
<p>33. <i>Was für eine <u>tolle Idee</u>, die Führungsfähigkeiten auf der Clubebene zu fördern, wo sie am meisten gebraucht werden!</i> (JGA: URL)</p>	<p>Яка <u>чудова ідея</u> розвивати лідерські навички на рівні клубу там, де вони найбільше потрібні!</p>
<p>34. <i>Er hat mir eine extra Aufgabe gegeben und gesagt, sie wäre <u>super geheim</u></i> (JGA: URL).</p>	<p>Дав мені нове завдання, каже воно <u>супер секретне</u>.</p>
<p>35. <i><u>Top Qualität</u>. Brillante Farben-<u>Top Preise</u></i> (JGA: URL).</p>	<p><u>Найвища</u> якість. <u>Блискучі</u> кольори за найвищими цінами.</p>
<p>36. <i>Zusätzlich wird es im von <u>Star-Architekt Massimo Mercurio</u> geplanten Komplex Restaurants, Läden, ein Spa sowie eine Eislaufbahn geben</i> (DPCL: URL).</p>	<p>Крім того, у комплексі, який планує <u>зірковий архітектор</u> Массімо Меркуріо, будуть представлені ресторани, магазини, спа-центр та каток.</p>

37. <i>Bei der Bekleidung sind mindestens ein Hut, <u>coole Jeans</u>, kariertes Hemd und Stiefel ohne Profil vorgeschrieben (DPCL: URL).</i>	Що стосується одягу, потрібні принаймні шапка, <u>круті джинси</u> , сорочка в клітинку та чоботи без профілю.
38. <i>Neben seinen <u>Krimi</u> verfasst er kritische und surreale Kurzgeschichten (DPCL: URL).</i>	Крім <u>кримінальних романів</u> , він пише критичні і сюрреалістичні розповіді.
39. <i>Jeder <u>Idi</u> mit einem Unterlippenbärtchen und einem Kartendeck denkt, er sei ein Zauberer (DPCL: URL).</i>	Будь-який <u>ідіот</u> з борідкою і колодою карт вважає себе фокусником.
40. <i>Allerdings... geht es mir gerade nicht so gut, weil drei Menschen in meinem Zimmer sind... und ich langsam das Gefühl habe, in einer <u>Disko</u> zu sein (DPCL: URL).</i>	До речі ... зараз у мене нелегкий час, тому що в моїй кімнаті три людини, це схоже вже на <u>дискотеку</u> .
41. <i>Glücklicherweise konnte ich fliehen, bevor die <u>Poli</u> kam (DPCL: URL).</i>	На щастя, мені вдалося вирватися і звалити до приїзду <u>копів</u> .
42. <i>OK, Truthahn, <u>Schoko-Füllung</u>, Cranberry-Soße, Süßkartoffeln und eine Dose Zuckergebäck (DPCL: URL).</i>	Індичка, <u>начинка</u> , журавлинний соус, багат і три шматочки пирога.
43. <i>Wir machen einfach eine vollständige Diagnose des Fahrzeugs und untersuchen die Fahrerin auf Drogen und <u>Alko</u> (DPCL: URL).</i>	Потрібно зробити повну перевірку машини і перевірити водія на наркотики і <u>алкоголь</u> .
44. <i>Meine <u>kanische</u> Kontaktperson kam unerwartet pünktlich (FNS: URL).</i>	Несподівано прибув мій <u>американський</u> колега з хорошою пропозицією.

45. <i>Achim ist mit seiner Partnerin, der Journalistin, nicht verheiratet, und keinen scheint es zu stören (FNS: URL).</i>	Цивільна дружина <u>Йоахіма</u> – журналістка, але нікому немає до цього діла.
46. <i>Der weltbekannte DJ wurde als offizieller Musiker der UEFA EURO 2020 bekanntgegeben und wird den offiziellen Song des Turniers sowie die offizielle Einlaufmusik produzieren und auf die Bühne bringen (FNS: URL).</i>	Всесвітньо відомий <u>ді-джей</u> оголошений офіційним музикантом ЄВРО-2020 року. Він спродюсує офіційну пісню турніру і офіційну музику для брейк-інів і представить її на сцені.
47. <i>Außerdem gab es eine VIP-Lounge mit einem gesonderten Eingang sowie mit separatem Zugang zum Poolbereich und der Sauna (FNS: URL).</i>	Також був <u>VIP-зал</u> з окремим входом і окремим виходом до басейну і сауни.
48. <i>Der neue Bebauungsplan 834 wurde erstellt und soll ASAP verabschiedet werden (FNS: URL).</i>	Розроблено новий план розвитку 834, <u>який повинен бути прийнятий якнайшвидше</u> .
49. <i>Diese Liste zeigt alle bei city-map registrierten Firmeneinträge zum Suchbegriff Joganastik aus der Region Potsdam-Mittelmark (FNS: URL).</i>	У цьому списку показані всі записи про компанії, які зареєстровані на карті міста за запитом <u>Joganastik</u> з регіону Потсдам-Мітельмарк.
50. <i>Ein Fascho hätte einem Demokraten in der gleichen Situation ein Gift verschrieben (FNS: URL).</i>	<u>Фашист</u> в аналогічній ситуації прописав би демократу отруту.
51. <i>Als Anarcho bist du hier falsch, mein Lieber (FNS: URL).</i>	Якщо ти <u>анархіст</u> , то помилився адресою.
52. <i>Wenn der Normalo, in eine lokale Schule geht, – ...würden die wissen, dass er fehlt (FNS: URL).</i>	Якщо <u>хлопчик</u> ходив до місцевої школи, вони повинні знати про його відсутність.

<p>53. <i>Und wie beim letzten Mal gilt: Je weiter sich die Blasen aufblähen, desto unangenehmer wird der <u>Crash</u> mit der Realität (BPW: URL).</i></p>	<p>І, як в минулий раз, чим більше стають бульбашки, тим неприємніше буде <u>зіткнення</u> з реальністю.</p>
<p>54. <i>Mit Blick auf den Prinzipalmarkt entstand ein modernes <u>Shopping-Center</u>, das mit seiner hellen Sandsteinfassade auf die historischen ... (BPW: URL).</i></p>	<p>З видом на Принципальмаркт було створено сучасний <u>торговий центр</u>, який своїм світлим фасадом із піщанику виглядає на історичну...</p>
<p>55. <i>Heute morgen, im <u>Bistro</u>, hat der Wirt nach dir gefragt, wegen des Käufers (BPW: URL).</i></p>	<p>Вранці в <u>бістро</u> господар питає про тебе через покупця.</p>
<p>56. <i>Die Wettkämpfe in Südafrika, in Pretoria, sind die wichtigsten Amateurwettkämpfe der Welt mit dem meisten <u>Prestige</u>... (BPW: URL).</i></p>	<p>Змагання в Південній Африці, Преторії є найважливішими і <u>престижними</u> аматорськими змаганнями в світі.</p>
<p>57. <i>Und alle bringen <u>Antipasti</u> mit (BPW: URL).</i></p>	<p>Привеземо <u>закуску</u>.</p>
<p>58. <i>Es wird einem warm ums Herz, wenn <u>Tifoso</u> mit Transparenten in den Händen Flüchtlinge herzlich willkommen heißen, die aus den vom Krieg zerstörten Ländern des Nahen Ostens in Deutschland ankommen (BPW: URL).</i></p>	<p>Так зворушливо прибути до Німеччини, де чекають <u>футбольні фанати</u>, які тримають плакати з вітальними гаслами для біженців з розореного війною Близького Сходу.</p>
<p>59. <i>... als... als du mich zu meinem Haus brachtest, um einige Dinge zu holen, sah uns Tamar dort und sie sah dich, und dachte, du bist ein großer und bedrohlicher <u>Macho</u>, und war sehr besorgt um mich (BPW: URL).</i></p>	<p>... коли ти привіз мене в мій будинок, забрати пару речей, Тамара побачила нас і побачила тебе, і вирішила, що ти великий і загрозовий <u>мачо</u>, і вона захвилювалася.</p>

60. <i>Das mit dem <u>Karoshi</u> sollte die Familie schützen, aber...</i> (BPW: URL).	Ми сказали, що це <u>інфаркт</u> , щоб захистити сім'ю, але ...
61. <i>Ja, <u>isch schwör's</u> bei dieser fettigen, wunderbaren Pizza, die du jetzt essen kannst</i> (BPW: URL).	Так, <u>клянусь цією</u> ... жирною смачною піцою, яку ти зараз з'їси.
62. <i>Mein <u>Alder</u> fliegt zum Mond. Die Temperaturen sind dort -270 Grad, aber er hat seine Lederstiefel vergessen!</i> (BPW: URL)	Зібрався мій <u>старий</u> на Місяць, холод там -270 градусів, а валянки забув.
63. <i>Auch der Zoo in <u>Lipsi</u> gehört zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt</i> (BUOB: URL).	Також і зоопарк у <u>Лейпцигу</u> відноситься до міських визначних пам'яток.
64. <i>Mein Großvater wohnt in einem Land, <u>das Walachei</u> heißt, und da fahren wir jetzt hin</i> (BUOB: URL).	Мій дідусь живе в країні, яка називається <u>Волощина</u> , і куди ми зараз поїдемо.
65. <i>Wie Sie hören können, bin ich <u>Ikeakind</u>, und wir Schweden sind in Sachen Medizin etwas rückständig gegenüber euch Dänen</i> (TWIK: URL).	Як Ви можете чути, я <u>швед</u> , і ми, шведи, трохи позаду вас, датчан, у медицині.
66. <i>Genau. Nur das Problem mit dem <u>Gymnastiker-Anstalt</u> ist, es gibt zu viele Zeugen</i> (TWIK: URL).	Ну знаєш, проблема <u>спортзалу</u> в тому, що там дуже багато свідків.
67. <i>Ich rufe jemanden an, der rausfindet, <u>was ist Phase</u></i> (TWIK: URL).	Я, здається, знаю одну людину, якій можу зателефонувати і з'ясувати, <u>в чому справа</u> .
68. <i>Deshalb werden wir jetzt erst mal den <u>Ball flach halten</u> und darauf warten, - dass Ruby mit uns Kontakt aufnimmt</i> (TWIK: URL).	Тому зараз <u>нам варто зачаїтися і чекати</u> , поки Рубі з нами зв'яжеться.

69. – <i>Kleine <u>Giftnudel</u>. – Und was seid Ihr?</i> (DSK: URL)	<u>Злісна землерийка</u> – а хто тоді ти?
70. <i>Er ist ein <u>Frauenheld</u>, seine Frau weiß von seinen Affären, spricht offen mit der Familie darüber und entwickelt ein schweres Alkoholproblem</i> (DSK: URL).	Він <u>бабій</u> , його дружина знає про його справи, відкрито говорить про це з родиною, що викличе у нього серйозну проблему пиття.
71. <i>Sie sagten, Sie müssten den <u>Kürbis</u> freibekommen</i> (DSK: URL).	Ти сказав, що тобі треба розвіятися, <u>очистити голову</u> ...
72. <i>Sie brauchen dafür eine klare <u>Kappe</u></i> (DSK: URL).	Нам потрібно, щоб ваша <u>голова</u> залишалася ясною.
73. <i>Du wirst es nicht glauben aber ich habe den Ruf, <u>eine Zicke</u> zu sein</i> (DSK: URL).	Можливо, ти не повіриш, але у мене репутація справжньої <u>стерви</u> .
74. <i>Ich bin deine Mutter, nicht irgendeine <u>Trulla</u></i> (DSK: URL).	Я твоя мама, а не якась <u>смішна жінка</u> .
75. <i>Das unabhängig durchgeführte Projekt-Monitoring zur Initiative <u>DoppelPlus</u> hat die ersten Zwischenergebnisse vorgelegt</i> (BPW: URL).	Незалежний моніторинг проекту для ініціативи <u>DoppelPlus</u> представив перші проміжні результати.
76. <i>Ihr kleiner <u>Super-Club</u> besteht aus sieben jungen Helden</i> (BPW: URL).	Їх маленький <u>суперклуб</u> складається з семи молодих героїв.
77. <i>Es gibt eigentlich kein bestes Konzert, denn jedes einzelne Konzert ist <u>mega-mega geil</u> und eine Herausforderung</i> (BPW: URL).	Насправді найкращого концерту не існує, тому що кожен окремий концерт <u>надзвичайно</u> чудовий і складний.
78. <i>Und mit <u>geil</u> meine ich toll</i> (BPW: URL).	І під <u>зашибенна</u> , я маю на увазі – відмінна.

79. Er ist <u>schizo</u> , lehnt Autoritäten und Staatsgewalt ab und hat stets ein offenes Ohr für verschiedene Verschwörungstheorien (BPW: URL).	Він <u>шизик</u> , відкидає владу та державну владу і завжди відкритий до різних теорій змови.
80. Das Leben hier ist <u>gigantisch</u> , jedoch nicht für Leute mit schwachen Nerven (BPW: URL).	Життя тут <u>чудове</u> , але не для людей зі слабкими нервами.
81. So wie es auf den ersten Blick aussah, war es also ein grandioses Geschäft für Esch, die Bank und ihre Kunden, <u>ein grottenschlechtes</u> dagegen für Karstadt (BPW: URL).	Як це виглядало на перший погляд: забагато для Еша, банку та його клієнтів, але <u>досить</u> страшно для Карштадта.
82. Ich schreib den Namen von einer aus meiner Klasse hin, die ich <u>ätzend</u> finde (BPW: URL).	Я вписала прізвище дівчинки з мого класу, яку <u>терпіти</u> не можу.
83. Es gibt reichlich Kuchen, an dem sich vor allem die Kinder ergötzen, auch Immas Jüngster, mittlerweile ein Jahr und drei Monate alt, <u>mampft</u> schon tapfer mit (MGK: URL).	Дітям особливо подобається багато тістечок, навіть наймолодша Імма, якій зараз рік і три місяці, вже <u>відважно</u> їсть.
84. Das gab mir das Selbstvertrauen, heute so einen Scheiß zu <u>labern</u> (MGK: URL).	Це дало мені впевненості, і я розпустив язика для <u>прожарювання</u> .
85. Als sie sagt, er <u>verticke</u> Marihuana bricht er die Wohnungstür auf und durchsucht die Wohnung (MGK: URL).	Коли вона говорить, що він <u>продає</u> марихуану, він ламає вхідні двері і обшукує квартиру.
86. Die Spinnen. – Die <u>spinnen</u> (BUOB: URL).	Павучня-маячня. – <u>У когось їде дах</u> .
87. Ich bin der Auffassung, <u>Multikulti</u> ist keine linke, sondern eine reaktionäre	Я вважаю, що <u>мультикультуралізм</u> – це не ліва, а реакційна ідеологія,

<i>Ideologie, gerichtet gegen den liberalen Individualismus (BUOB: URL).</i>	спрямована проти ліберального індивідуалізму.
88. <i>Deshalb musst du doch nicht <u>flippen</u> (BUOB: URL).</i>	Та ну, не станеш же ти через це <u>плакати</u> .
89. <i>Ich versuche zu scherzen, aber... Am liebsten möchte ich <u>flippen</u> (BUOB: URL).</i>	І ви ще жартуєте, коли я готова <u>розплакатися</u> .
90. <i>Nehmen Sie Ihre Haube, Ihren Käse und Ihren <u>Schickimicki</u>-Job und schieben es in Ihren Arsch! (BUOB: URL).</i>	Можете взяти свою пов'язку, свій сир, і свою <u>дебільну</u> роботу і засунути це все в свою маленьку напружену дупу!
91. <i>Genieß dein firmeninternes <u>Schickimicki</u> zum letzten Mal (BUOB: URL).</i>	Катай, більше ніяких тобі <u>туалетів-шмуалетів</u> .
92. <i>Die moderne Version von "Aus, Schluss, Feierabend" oder "Schicht im Schacht" heißt "<u>Ende Gelände</u>" (BUOB: URL).</i>	Сучасна версія "Кінець, кінець, післяробочий час" або "Зрушення у валу" має <u>дивну назву</u> ....
93. <i>Lasst uns zu den Schulen gehen, etwas worin ich tatsächlich <u>ein Fuzzi</u> bin (DPCL: URL).</i>	Давайте подивимося на школу, я насправді непоганий <u>фахівець</u> у цій сфері.
94. <i>Diese <u>fundamental</u> schädlichen Veränderungen bei der Organisation landwirtschaftlicher Betriebe fielen mit widrigen Wettermustern einschließlich Dürren und Überschwemmungen zusammen (DPCL: URL).</i>	Ці <u>принципово</u> шкідливі зміни в організації господарств збіглися з несприятливими погодними режимами, включаючи посуху та повені.
95. <i>Schon bald bekam er einen Job in einer Autowerkstatt, bei dem er das erste Mal</i>	Незабаром він влаштувався на роботу в автомайстерню, де вперше

<i>Kontakt zu diesen „<u>höllischen</u> Maschinen“ aufnahm (DPCL: URL).</i>	зіткнувся з цими « <u>пекельними</u> машинами».
96. <i>Klimaforschung ist eine subtile und <u>teuflisch</u> komplexe Disziplin, die nur selten eindeutige Prognosen oder geradlinige Lösungen liefert (BSMM: URL).</i>	Наука про клімат – це тонка і <u>надто</u> складна дисципліна, яка рідко дає однозначні прогнози або прості рецепти.
97. <i>Du wirst <u>tierisch</u> angepisst von all den Leuten sein, die Dich scheitern sehen wollen (BSMM: URL).</i>	Тебе будуть <u>сильно</u> діставати всі ці люди, які хочуть твого провалу.
98. <i>Ziemlich <u>funky</u> Musik. Ich kann es. Was macht das? (BSMM: URL)</i>	Дуже <u>класна</u> музика, мені подобається!
99. <i>Was ich damit sagen will ist, dass das Ganze <u>super</u> nachhaltig ist (KWHB: URL).</i>	Я маю на увазі, що все у ньому є <u>супер</u> -екологічним.
100. <i>Ich meine, echt <u>megageil</u>, Jordan, wenn man sich so umschaue! (BSMM: URL)</i>	Я маю на увазі те, що це справді <u>чудово</u> , Джордане, коли ти озираєшся!

## ZUSAMMENFASSUNG

Basierend auf der Analyse der wissenschaftlichen Literatur, die sich dem Forschungsproblem widmet, wurde festgestellt, dass Slang in der Jugendsprache eine Reihe von Funktionen erfüllt, nämlich: kommunikative, kognitive, nominative, ausdrucksstarke, identifizierende sowie zeitsparende Funktion. Bei der Analyse des Slang-Vokabulars wird unter "Slang" eine Sprache einer geschlossenen sozialen oder beruflichen Gruppe verstanden, die sich von der allgemein gesprochenen Sprache durch eine besondere Zusammensetzung von Wörtern und Ausdrücken unterscheidet.

Der Beitrag betrachtet die Hauptmerkmale des Jugendvokabulars im deutschsprachigen Medienraum, darunter Wirtschaftlichkeit, lineare Ausdrucksexpansion, Bequemlichkeit und Benutzerfreundlichkeit des Jugendslang-Vokabulars, bestimmte grafische und stilistische Muster sowie die Schaffung neuer lexikalischer Einheiten und neue Bedeutungen, Erweiterung alter Bedeutungen usw. Die Betrachtung von Nachrichten auf Jugendseiten, Foren und Chats ließ folgende Merkmale des Slangs des modernen deutschsprachigen Internetraums erkennen: originelle Begrüßungs- und Abschiedsformen; verschiedene Schnitte und abgeschnittene Modelle; enklitische Wortformen; Inflektive und Inflektivkonstruktionen sowie andere Arten der Übertragung nonverbaler Kommunikationsmittel; Vernachlässigung der Grammatik- und Zeichensetzungsregeln.

Die folgenden Schwierigkeiten, auf die Übersetzer bei der Übersetzung von Slangs stießen, wurden festgestellt: Unübersetzbarkeit, Schwierigkeiten bei der Übertragung der ausdrucksstarken-emotionalen Komponente zusammen mit dem Inhalt, sich schnell ändernder Slang-Vokabular, Unmöglichkeit, alle Slangs in speziellen Wörterbüchern zu fixieren, Unkenntnis oder Missverständnis der Wortbedeutung, Mehrdeutigkeit von Slangs Bereiche des Slangs in verschiedenen Sprachen, Zensur. Um zu verhindern, dass diese Schwierigkeiten für den Übersetzer zu einem ernsthaften Problem werden, wurden verschiedene Versionen der Übersetzung des Jugendslangs vorgeschlagen. Je nach semantischer Botschaft,

Kontext, Zweck, Adressat, kommunikativer Aufgabe der Übersetzung, Art des Slangs etc. kann der Übersetzer die eine oder andere Übersetzungsmethode wählen.

Da bei der Wiedergabe des deutschsprachigen Slangs, der von uns aus Internetquellen ausgewählt wurde, Übersetzungsäquivalente an erster Stelle standen, sollten wir unserer Meinung nach besonders darauf achten, dass Sie bei der Verwendung von funktionalen Analoga aus mehreren Synonymen auswählen müssen am besten geeignet. Bei der Übersetzung des deutschen Internet-Slangs wurden oft ähnliche Äquivalente mit ähnlicher Aussagekraft verwendet oder die nächstgelegenen emotionalen Äquivalente ausgewählt. Wenn wir im Wörterbuch der ukrainischen Sprache das Fehlen von Äquivalenten und Analoga beobachteten, die der Bedeutung eines Wortes oder einer Phrase im deutschen Internetdiskurs entsprechen würden, haben wir eine Explikation oder beschreibende Übersetzung verwendet. In der Zielsprache wurden hauptsächlich Wörter beschreibend wiedergegeben, die nicht vorhandene Konzepte bezeichneten und daher keine speziellen Wörter für ihren Namen in der ukrainischen Sprache hatten. Der Nachteil der Explikation als lexikalisch-grammatikalische Übersetzungstransformation liegt unserer Meinung nach in ihrer Schwerfälligkeit. Aus diesem Grund wurde diese Übersetzungsmethode am erfolgreichsten eingesetzt, wenn auf eine relativ kurze Erklärung verzichtet werden konnte. Bei der Übersetzung der umgangssprachlichen Wörter aus dem deutschsprachigen Internetdiskurs haben wir auch Transformationen wie Substitution, Konkretisierung, Generalisierung, Kompensation, ganzheitliche Transformation, semantische Entwicklung und Kompression verwendet.

Hinsichtlich der Empfehlungen zur praktischen Anwendung des jugenddeutschen Internet-Slangs sowie der Perspektiven für weitere Forschungen in diesem Bereich ist darauf hinzuweisen, dass Slang als sprachverschmutzendes Phänomen nicht voreingenommen werden sollte. Slang ist ein wesentlicher Bestandteil der Umgangssprache im Allgemeinen und der Jugend im Besonderen. Und deshalb besteht die Aufgabe des Übersetzers nur darin, sie korrekt

wiedergeben, was wiederum von ihm tiefes Fach- und Hintergrundwissen erfordert.