

Мотовилова М. В.

студентка

Ильина А. А.

старший преподаватель кафедры ИЯРФ

Нижнетагильский государственный социально-педагогический

институт (филиал) ФГАОУ ВО «Уральский государственный

педагогический университет»

Россия, Нижний Тагил

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОЛОДЁЖНОГО СЛЕНГА В ПЕРИОД С 2010 ДО 2025 ГОДА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЖУРНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация: В статье рассматривается эволюция молодёжного сленга в англоязычном журнальном дискурсе в период с 2010 по 2025 год. Актуальность исследования обусловлена динамичным развитием цифровых технологий и глобализацией коммуникации, которые существенно влияют на процессы сленгообразования. На материале более 100 сленговых единиц, отобранных из таких изданий, как *Cosmopolitan*, *Teen Vogue*, *Seventeen* и других, анализируются тематические сферы использования сленга, его функции и способы словообразования. Результаты показывают, что доминирующими тематическими сферами являются «эмоции и социальные отношения», а также «цифровая коммуникация», при этом ведущей функцией сленга выступает экспрессивная. Авторы приходят к выводу, что журнальный дискурс выступает не только зеркалом молодёжной языковой моды, но и активным агентом распространения сленговых инноваций, что позволяет использовать результаты исследования в преподавании лексикологии, медиалингвистики и в практиках маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: молодёжный сленг, журнальный дискурс, функции сленга, тематические сферы, англоязычные СМИ, медиалингвистика, социалингвистика.

Motovilova M. V.

Student

Scientific Supervisor: Ilyina A. A.

Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages and Russian

Philology

Nizhny Tagil State Socio-Pedagogical Institute, the branch of Ural State

Pedagogical University

Russia, Nizhny Tagil

ANALYSIS OF THE YOUTH SLANG USAGE IN ENGLISH-LANGUAGE MAGAZINE DISCOURSE FROM 2010 TO 2025

***Abstract:** The article examines the evolution of youth slang in English-language magazine discourse from 2010 to 2025. The relevance of the study is driven by the rapid development of digital technologies and the globalization of communication, which significantly affect the processes of slang formation. Based on a corpus of over 100 slang units selected from publications such as Cosmopolitan, Teen Vogue, Seventeen, and others, the authors analyze the thematic areas of slang usage, its functions, and word-formation patterns. The findings indicate that the dominant thematic spheres are "emotions and social relations" and "digital communication," with the expressive function being the most prominent. The authors conclude that magazine discourse not only reflects youth linguistic trends but also serves as an active agent in the dissemination of slang innovations. The results can be applied in teaching lexicology, media linguistics, and marketing communication practices.*

Keywords: youth slang, magazine discourse, functions of slang, thematic spheres, English-language media, media linguistics, sociolinguistics.

Введение

Настоящее исследование посвящено анализу использования молодёжного сленга в период с 2010 до 2025 года в англоязычном журнальном дискурсе. Актуальность данной темы обусловлена тем, что молодёжный сленг представляет собой важнейшую часть языковой картины современного общества, выступая не только индикатором актуальных тенденций и настроений молодого поколения, но и активным инструментом формирования языковых норм. Особый интерес представляет изучение журнального дискурса, который служит одной из ключевых платформ эволюционирования сленга. Выбранный хронологический период (2010–2025 гг.) характеризуется активным развитием цифровых технологий, глобализацией коммуникации и усилением взаимовлияния языков, что существенно изменяет процессы сленгообразования.

Материалы и методы

Методы исследования: метод сплошной выборки, описательный метод, метод сопоставительного анализа, метод дискурсивного анализа, метод типологической обработки полученных данных, а также элементы количественного анализа.

Материалом для исследования послужили сленговые единицы, отобранные методом сплошной выборки из англоязычных (Cosmopolitan, Teen Vogue, Seventeen, Complex, Entertainment Weekly, J-14, Wired, The Vogue, Paper, Polygon, Billboard, Interview и др.) и немецкоязычных (Bravo, Jolie, Glamour, Zeit Campus и др.) журнальных изданий за период с 2010 по 2025 год. Общий объем проанализированного материала составил более 100 сленговых единиц для каждого языка.

Результаты исследования

Возникновение понятия «дискурс» связано с именем Э. Харриса, американского ученого структуралиста, который ввел этот термин в 1952

г. [Harris, 1952]. Как синтез интерпретаций разных авторов, дискурсивная терминология встречается в работе П. Серио «Теория и практика дискурса». «Дискурс» проявляется как: 1) эквивалент концепции «речи» [Соссюр, 1977]; 2) языковая единица, превышающая размер фразы; 3) влияние высказываний на реципиентов с учетом контекстуальной ситуации; 4) коммуникация как основной вид взаимодействия; 5) речь с позиции говорящего, отличающейся от повествования, не учитывающего такую позицию [Бенвенисте, 1974]; 6) использование языковых единиц, их речевая актуализация; 7) социально или идеологически ограниченный тип выражений, например, феминистский дискурс; 8) теоретический аспект, предназначенный для исследования условий производства текста [Присяжнюк, Назарова, 2012, с. 29]. Глянцевый журнальный дискурс является подтипом масс-медиа и определяется как «дискурс глянцевых журналов, имеющий имиджево-рекламный и информационно-развлекательный характер, раскрывающий особенности стиля жизни члена потребительского общества информационной эпохи с позиций «философии гламура» [Скулкин, 2015, с. 32].

Молодёжный сленг не имеет чётких возрастных границ. Условно в сферу изучения молодёжного сленга можно отнести возраст от 12 до 30 лет, когда общество пока не признает за молодым человеком статуса социальных полей и функций взрослого. Молодёжный сленг – это не единственный способ коммуникации молодёжи. Он используется только в определенной ситуации в общении молодёжки между собой в непринужденной и неофициальной обстановке [Матарыкина, 2005, с. 4]. Согласно исследованию Н. Д. Матарыкиной, «молодёжный сленг – это слой «молодёжного языка», который, с одной стороны, существует на фоне разговорной речи, опираясь на материал всех языковых уровней. С другой стороны, некоторые молодёжные сленгизмы имеют тенденцию к расширению сферы применения и переходу в разговорную речь.

Следовательно, сленг можно отнести и к периферии разговорной речи» [Матарыкина, 2005, с. 26].

В настоящее время не существует единого мнения лингвистов по поводу функций, выполняемых сленгом. Рассмотрев различные классификации отечественных ученых, в своей работе мы берем за основу классификацию Ю. В. Лаптевой, т. к. она объединяет все основные функции, выделенные другими авторами. В нашем исследовании мы объединяем номинативную функцию с коммуникативной и относим к основным функциям молодёжного сленга, прежде всего:

1. Номинативную (в сочетании с коммуникативной): в системе сленга различные явления приобретают новые наименования, окрашенные более эмоционально, кроме того, появляются слова, для определения которых не существует слов в общеиспользуемом языке;

2. Когнитивную, суть которой заключается в том, что многие слова в сленге содержат в себе дополнительную информацию, отсутствующую в формальных, стандартных обозначениях, благодаря чему, предоставляют дополнительную информацию об окружающем мире;

3. Экспрессивную (часто эмоционально оценочную), суть которой состоит в том, что она репрезентируется с помощью сленгизмов, выражающих определенное отношение к каким-то явлениям, например, пренебрежительное, ироническое и т. д.;

4. Идентификационную: сленг является неким сигналом, помогающим распознать «своего» среди «чужих»;

5. Функцию экономии времени: сленг помогает экономить время общения, используя различные сокращения, аббревиацию [Лаптева, 2012].

Этапы и методы анализа. Методика анализа включает несколько последовательных этапов, каждый из которых соответствует одному из измерений, выделенных Э. В. Хилхановой [Хилханова, 2014, с. 3].

Этап 1. Анализ тематического репертуара (содержательный уровень).

На данном этапе применяется метод контент-анализа, который, как отмечает Э. В. Хилханова, позволяет «получить статистически точную картину тематического репертуара эмпирического дискурса СМИ» [Хилханова, 2014, с. 3].

Все отобранные сленговые единицы распределяются по тематическим группам (например, «человек и взаимоотношения», «учеба и профессия», «досуг и развлечения», «цифровые технологии», «оценка и эмоции»). Это позволяет выявить, какие сферы жизни молодёжи наиболее активно репрезентируются через сленг в журнальном дискурсе.

Этап 2. Анализ интенций и стратегий (когнитивный уровень).

На этом этапе выявляются коммуникативные намерения авторов и редакционной политики, реализуемые через использование сленга. Как подчёркивают Е. В. Чешкина и Л. В. Енина, в журналистском дискурсе важны практики конструирования достоверности, отбора объектов (событий и персонажей) и формирования субъектной позиции журналиста [Чешкина, Енина, 2011, с. 80–84]. В контексте нашего исследования анализируются следующие стратегии:

- стратегия идентификации – использование сленга для маркирования близости к молодёжной аудитории, создания эффекта «свой среди своих»;
- стратегия экспрессивизации – применение сленговых единиц для усиления эмоционального воздействия на читателя;
- стратегия актуализации – включение сленга для обозначения новых явлений и трендов, не имеющих устоявшихся литературных наименований;
- стратегия экономии – использование сокращений и аббревиатур, характерных для цифровой коммуникации.

Этап 3. Анализ языковых средств (лингвистический уровень).

На данном этапе исследуются формальные особенности сленговых единиц: способы словообразования (метафорический перенос, аффиксация, словосложение, заимствование, аббревиация, словотворчество), а также степень их грамматической ассимиляции в принимающем языке. Особое внимание уделяется сопоставлению продуктивности различных способов сленгообразования в англоязычном и немецкоязычном дискурсе.

В ходе анализа 100 сленговых единиц, отобранных из англоязычных журнальных изданий, были выделены тематические сферы использования молодёжного сленга и определены функции, которые выполняют сленговые единицы в журнальном дискурсе.

Распределение сленговых единиц по тематическим сферам позволило выявить приоритетные области молодёжной жизни, которые наиболее активно репрезентируются через сленг в журнальном дискурсе. Ниже представлены наиболее репрезентативные примеры по каждой сфере.

Сфера эмоций и социальных отношений (18 единиц) является наиболее насыщенной. Сленговые единицы данной группы выполняют преимущественно экспрессивную и когнитивную функции, позволяя молодым людям давать названия сложным эмоциональным состояниям.

1. «*Fomo*» (fear of missing out) — «I have major FOMO when it comes to missing out on fun events». Обозначает тревожное ощущение, что другие проживают (вечеринку, встречу, новость, покупку), пока ты отсутствуешь. Когнитивная функция. Аббревиация (январское издание *Cosmopolitan*, 2010).

2. «*Yolo*» (you only live once) — «I'm going to jump out of a plane because YOLO!». Может выражать как подлинную жизнерадостность и спонтанность, так и самоиронию по поводу неоправданного риска.

Экспрессивная функция. Аббревиация (январский выпуск Cosmopolitan, 2011).

3. «*Cringe*» — «I cringe every time I think about my awkward middle school years». Выражение острого чувства неловкости, стыда или отвращения за себя или другого «Испанский стыд». Экспрессивная функция. Семантический сдвиг (июльское издание Teen Vogue, 2015).

4. «*Savage*» — «That comeback was savage». Жестокий, беспощадный, но впечатляющий. Экспрессивная функция. Семантический сдвиг (ноябрьский номер Seventeen, 2016).

5. «*Hangry*». Контаминация (hungry + angry) — «I get so hangry when I don't eat breakfast». Состояние раздражительности и злости, возникающее исключительно из-за голода. Когнитивная и экспрессивная функции (июльский выпуск Cosmopolitan, 2023).

Сфера взаимоотношений (15 единиц) отражает нюансы межличностной коммуникации, включая романтические и дружеские отношения.

6. «*Ship*» (от relationship) — «I ship them so hard! They would make the perfect couple». Выражает желание видеть двух людей в романтических отношениях. Экспрессивная функция. Усечение основы с семантическим сдвигом (августовский выпуск Teen Vogue, 2010).

7. «*Ghost*» — «I can't believe he ghosted me after our first date. What a jerk!» Внезапное прекращение общения без объяснений. Экспрессивная функция. Метафорический перенос (июльский выпуск Seventeen, 2010).

8. «*Mansplain*» — «I can't stand it when men mansplain things to me». Объяснение мужчиной женщине очевидных вещей. Эмоционально-оценочная функция. Контаминация (man + explain), (июльское издание Cosmopolitan, 2010).

9. «*Breadcrumbing*» — «He's breadcrumbing me, sending mixed signals». Практика отправки редких сообщений для поддержания интереса.

Когнитивная функция. Метафора (оставлять «хлебные крошки») (сентябрьский выпуск Seventeen, 2017).

Сфера коммуникации (14 единиц) включает сленговые единицы, описывающие различные аспекты речевого поведения.

10. «*Clapback*» — «Her clapback was so savage, I couldn't stop laughing». Остроумный ответ на критику. Экспрессивная и идентификационная функции. Образовано от clap back (хлопнуть в ответ) (декабрьский выпуск Teen Vogue, 2011).

11. «*Gaslight*» — «He's gaslighting me, making me doubt my own memories». Манипулятивное поведение, заставляющее сомневаться в реальности. Когнитивная функция. От названия фильма «Gaslight» (1944), (октябрьский выпуск Teen Vogue, 2014).

12. «*Spill the tea*» — «Spill the tea, what happened at the party last night?» Просьба рассказать сплетни. Идентификационная функция. Метафорический перенос (июньский выпуск Cosmopolitan, 2016).

13. «*No cap*» — «No cap, she's really talented». Подтверждение правдивости. Экспрессивная функция. Происхождение связано с хип-хоп культурой (cap – ложь), (августовский номер Teen Vogue, 2018).

Сфера интернет-общения и социальных сетей (12 единиц) отражает влияние цифровой среды на молодёжную коммуникацию.

14. «*Catfish*» — «Catfishing is a serious problem on the internet». Человек, который создаёт вымышленный профиль для какой-то цели. Номинативная и когнитивная функции. Метафорический перенос (ноябрьский выпуск Wired, 2010).

15. «*Cancel culture*» — «Cancel culture is a powerful tool for holding people accountable». Практика бойкота публичных лиц. Когнитивная функция. Словосочетание, ставшее термином (августовский выпуск Teen Vogue, 2018).

16. «*Ratio*» — «The ratio on that tweet was brutal». Ситуация, когда ответ получает больше лайков, чем исходный твит. Когнитивная функция. Семантический сдвиг (апрельский выпуск Paper, 2020).

Сфера развлечений и фандома (12 единиц) связана с молодёжными увлечениями, музыкой, кино, сериалами и фанатской культурой.

17. «*Lit*» — «The party was lit! We danced all night». Выражение восторга. Экспрессивная функция. Семантический сдвиг (декабрьский выпуск Cosmopolitan, 2010).

18. «*Binge-watch*» — «I binge-watched the entire season in one weekend». Просмотр нескольких сезонов телесериала подряд, без длительных перерывов между сериями. Когнитивная функция. Сложение (binge + watch) (июльский выпуск Entertainment Weekly, 2013).

19. «*Stan*» — «I stan for Lady Gaga so hard. She's my idol». Фандом или фанатская культура. Идентификационная и экспрессивная функции. семантический сдвиг (от песни Eminem), (сентябрьский выпуск Teen Vogue, 2020).

Сфера моды и стиля (8 единиц) представляет оценочную лексику, описывающую внешность и стиль.

20. «*Snatched*» — «Her waist is so snatched, it's unreal». Оценки внешности как идеальной, подтянутой. Экспрессивная функция. Семантический сдвиг (сентябрьский выпуск Cosmopolitan, 2010).

21. «*On fleek*» — «Her eyebrows are on fleek». Идеально, безупречно. Экспрессивная функция. Фраза, ставшая сленговым клише (апрельский выпуск Cosmopolitan, 2014).

22. «*Basic*» — «She's so basic, she only drinks pumpkin spice lattes». Обычный, неоригинальный. Оценочная функция. Семантический сдвиг (ноябрьский выпуск Teen Vogue, 2014).

Сфера саморазвития (8 единиц) отражает актуальные для молодёжи темы карьеры, личностного роста и финансовой независимости.

23. «*Side hustle*» — «My side hustle is selling handmade jewelry on Etsy». Часто применяется молодыми людьми (миллениалами и зумерами), которые хотят подчеркнуть, что у них есть дополнительный заработок помимо основной работы. Номинативная и идентификационная функции. Словосочетание (январский выпуск Teen Vogue, 2010).

24. «*Adulthood*» — «Adulthood is hard, I miss being a kid». Обозначает выполнение скучных или утомительных обязанностей взрослого человека (оплата счетов, уборка, запись к врачу). Экспрессивная и идентификационная функции (июньский выпуск Teen Vogue, 2016).

25. «*Glow up*» — «Her glow up is amazing, she looks so different now». Трансформация внешности или жизни. Когнитивная функция. Сложное слово (glow + up), (августовское издание Seventeen, 2017).

Сфера здоровья и психологии (7 единиц) включает термины, связанные с ментальным здоровьем и самочувствием.

26. «*Nomophobia*» (no mobile phone phobia) — «I have such bad nomophobia». Страх остаться без мобильного телефона или связи. Когнитивная функция (февральский выпуск Cosmopolitan, 2010).

27. «*Self-care*» — «Self-care is so important». Поддержание своего физического, эмоционального и психического здоровья. Номинативная и когнитивная функции. Сложное слово (ноябрьский номер Cosmopolitan, 2011).

28. «*Toxic*» — «That relationship is toxic». Поведение, которое наносит психологический вред. Оценочная функция. Метафорический перенос (мартовский выпуск Cosmopolitan, 2017).

Сфера социальных движений и активизма (6 единиц) отражает вовлечённость молодёжи в социально значимые темы.

29. «*Woke*» — «She's so woke, she knows what's going on in the world». Осознанный, социально активный. Идентификационная функция (апрельский номер Teen Vogue, 2014).

30. «*Microaggression*» — «Microaggressions can be subtle, but they still have a big impact». Неосознанные проявления дискриминации. Когнитивная функция. Сложение с префиксом *micro-* (ноябрьский выпуск Teen Vogue, 2018).

31. «*Intersectionality*» — «Intersectionality is important to understand the complexities of oppression». Используется при обсуждении социальной справедливости, феминизма. Когнитивная функция. Суффиксация (*intersection* + *-ality*), (майский выпуск Teen Vogue, 2020).

Анализ сленговых единиц в хронологической перспективе позволяет выделить несколько тенденций. Сленговые единицы начала 2010-х годов («yolo», «swag», «on fleek») к 2025 году утратили актуальность и вышли из активного употребления. Их место заняли новые сленгизмы («no cap», «ratio», «periodt»). Средняя продолжительность «жизни» сленговой единицы в журнальном дискурсе составляет 3–5 лет, что свидетельствует о высокой динамике сленговых изменений.

Особую группу составляют сленговые единицы, связанные с цифровыми технологиями и социальными сетями («catfish», «cancel culture», «ratio»), которые появились именно в исследуемый период и отражают влияние медиасреды на язык молодёжи. Также наблюдается тенденция к психологизации сленга: появление таких слов, как «gaslighting», «breadcrumbing», «situationship», свидетельствует о стремлении молодёжи вербализовать сложные психологические состояния и модели поведения.

Исходя из найденных примеров, необходимо наглядно продемонстрировать соотношение сфер, раскрываемых при помощи сленговых единиц. В качестве демонстрации используем диаграммы (Рисунок 1).

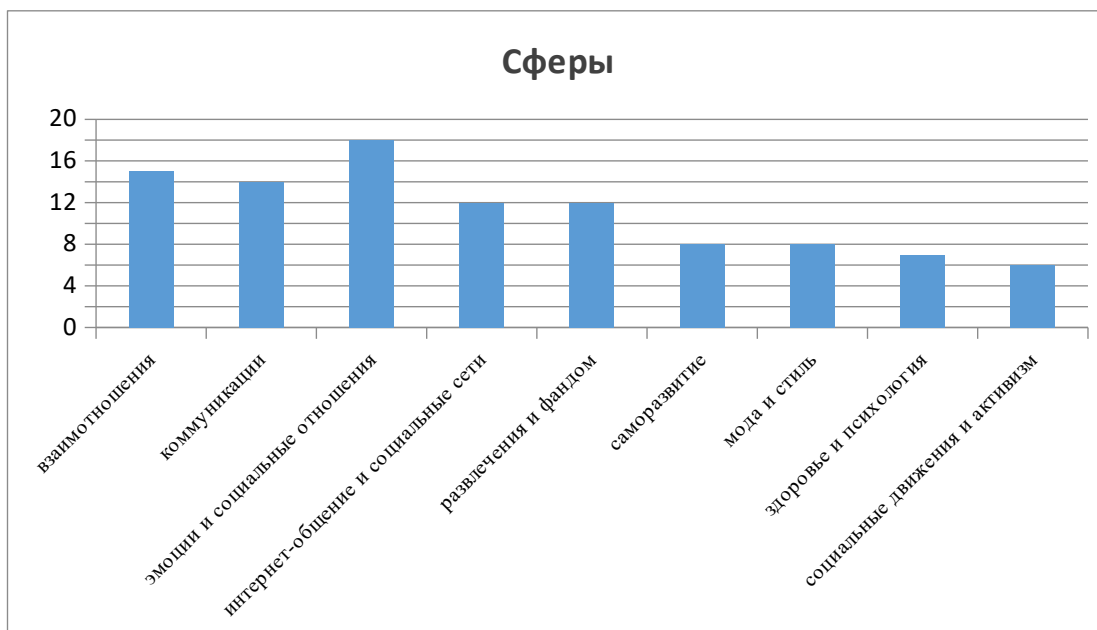


Рисунок 1 – Соотношение сфер в англоязычном журнальном дискурсе

Также необходимо наглядно продемонстрировать соотношение функций сленговых единиц. В качестве демонстрации используем диаграммы (Рисунок 2).

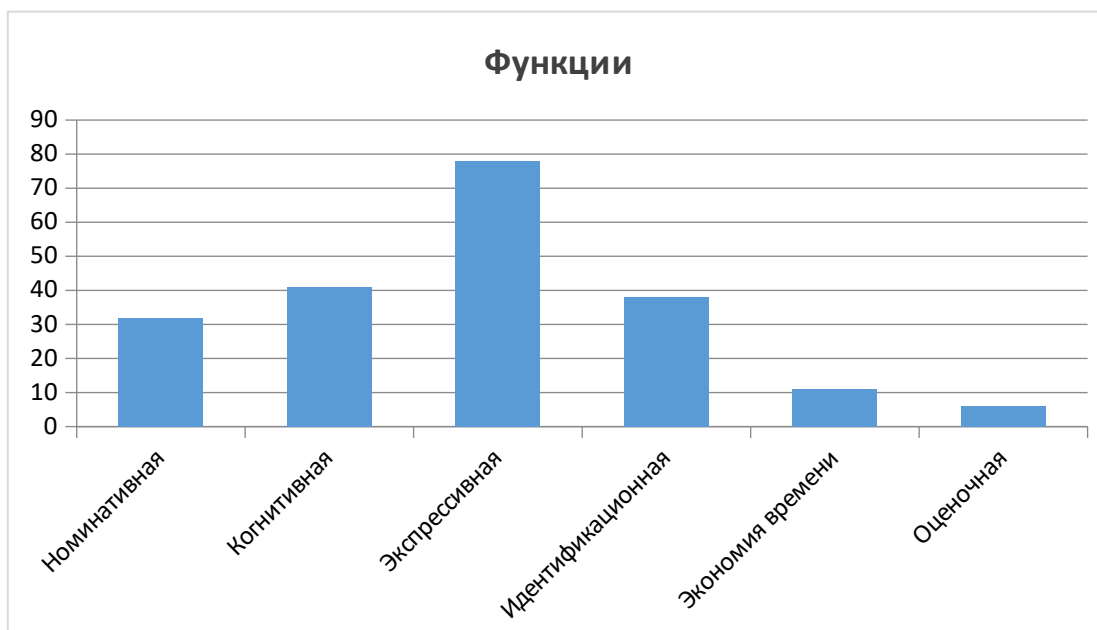


Рисунок 2 – Соотношение функций, выполняемых сленговыми единицами в англоязычном журнальном дискурсе

Сумма превышает 100, так как многие сленговые выражения выполняют 2-3 функции.

Заключение

Проведённое исследование позволило сделать следующие выводы. Молодёжный сленг в англоязычном журнальном дискурсе периода 2010–2025 гг. представляет собой динамичную, постоянно обновляющуюся лексическую систему, выполняющую комплекс коммуникативных функций. Наиболее востребованными тематическими сферами использования сленга являются: эмоции и социальные отношения, взаимоотношения, коммуникация, интернет-общение и социальные сети, развлечения и фандом. Доминирующей функцией сленговых единиц является экспрессивная, что подтверждает роль сленга как средства эмоциональной оценки и создания эффекта непосредственности.

Анализ показал, что журнальный дискурс выступает не просто пассивным отражателем сленговых инноваций, но и активным агентом их распространения и легитимации. Сленг в журналах выполняет стратегическую задачу установления доверительного контакта с молодёжной аудиторией, маркируя близость к её ценностям и языковым предпочтениям.

Выявленные тенденции свидетельствуют о значительном влиянии цифровых технологий и социальных медиа на процессы сленгообразования. Сленговые единицы, связанные с интернет-коммуникацией, социальными сетями и психологическими состояниями, составляют значительную долю всех новообразований, что отражает ключевые изменения в повседневной жизни и сознании молодого поколения.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов при разработке курсов по лексикологии, стилистике, медиалингвистике и межкультурной коммуникации, а также в журналистике и маркетинге для оптимизации коммуникации с молодёжной аудиторией. Перспективы дальнейшего исследования связаны

с расширением хронологических рамок, включением других типов медиадискурса (блоги, подкасты, видеоплатформы) и более детальным изучением процессов трансфера сленговых единиц между цифровой и печатной средами.

Список литературы

1. Бенвенист, Э. Общая лингвистика : [сборник] : перевод с французского / Э. Бенвенист ; общая редакция, вступительная статья и комментарии Ю. С. Степанова. – Москва : Прогресс, 1974. – 446 с. – ISBN 978-5-397-00968-3. – Текст : непосредственный.

2. Лаптева, Ю. В. Функции молодёжного сленга (на материале французского языка) / Ю. В. Лаптева. – Текст : непосредственный // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». – 2012. – № 1. – С. 158–161.

3. Матарыкина, Н. Д. Неологизмы немецкого молодёжного сленга на рубеже XX-XXI веков: специальность 10.02.04 «Германские языки» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Матарыкина Наталья Дмитриевна ; Московский педагогический государственный университет. – Москва, 2005. – 214 с. – Текст : непосредственный.

4. Присяжнюк, Т. А. Дискурс печатных СМИ vs. Газетно-публицистический стиль / Т. А. Присяжнюк, Р. З. Назарова – Текст : непосредственный // Известия саратовского университета. Серия. Филология. Журналистика. – 2012. – № 4. – С. 102–106.

5. Скулкин, О. В. Глянцевый журнальный дискурс в России XXI века: лингвориторические параметры функционирования гендер-идеала : специальность 10.02.19 «Теория языка» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / О. В. Скулкин. – Сочи : Сочинский государственный университет, 2015. – 250 с. – Текст : непосредственный.

6. Соссюр, Ф. де. Труды по языкознанию / Ф. де Соссюр ; перевод с французского под редакцией А. А. Холодовича. – Москва : Прогресс, 1977. – 695 с. – (Языковеды мира). – Текст : непосредственный .
7. Хилханова, Э. В. Критический анализ дискурса: принципы, методы и практика (на примере дискурса СМИ) / Э. В. Хилханова. – Текст : непосредственный // Вестник Восточно-Сибирской академии культуры и искусств. – Улан-Удэ : ВСГАКИ. – 2014 – № 1 (29). – С. 1–5.
8. Чешкина, Э. В. Журналистский дискурс: анализ практик / Э. В. Чешкина, Л. В. Енина. – Текст : непосредственный // Известия Уральского университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2011. – Т. 90, № 2. – С. 77–85.
9. Harris, Z. Discourse analysis // Language. – 1952. – Vol. 28, No. 1. – P. 1–30. – Текст : непосредственный.