

УДК 811.112.2'06 + 004.774.6 + 81'276.3

**Лариса Валерьевна Гаренских,
Ирина Тельмановна Демкина**
г. Екатеринбург

Реализация молодежного социолекта в сфере интернета (на материале немецко-язычной социальной сети Instagram)

В данной статье рассматривается актуальная проблема реализации молодежного социолекта в неформальной интернет-коммуникации. Материалом исследования послужили сообщения пользователей немецкоязычной социальной сети Instagram. Центральным для исследования является вопрос о выборе средств языка и стиле общения пользователей. Изучение материала показало, что особенности молодежного социолекта определяются на нескольких уровнях языка: лексическом, синтаксическом и графическом. В результате изучения был получен материал, анализ которого позволил заключить, что Интернет как способ общения обуславливает появление в молодежном социолекте многочисленных заимствований из английского языка, сленга, эмотивной лексики, а также разговорной и фамильярно-разговорной лексики. Синтаксический уровень характеризуется особыми конструкциями и нарушениями грамматических норм языка. Что касается орфографического, пунктуационного и графического оформления текстов в Instagram-постах, то можно говорить о написании существительных и начала предложений со строчной буквы, о слитном написании слов, об отсутствии знаков препинания, особом использовании шрифтов и регистров. Отбор и организация языковых средств молодежного социолекта определяются такими прагматическими установками, как стремление к выражению своей идентичности и принадлежности к определенной социальной группе; непринужденный характер общения; отграничение от стандартизированного языка старшего поколения; стремление к минимизации языковых усилий.

Ключевые слова: молодежный социолект, социальная сеть, интернет, коммуникация, языковые средства.

**Larisa Valerjevna Garenskih,
Irina Telmanovna Demkina**
Ekaterinburg

The implementation of the youth sociolect in the Internet (based on the German-language social network Instagram)

The paper discusses an actual problem of implementing the youth sociolect in informal Internet communication. The research material was the messages of users of the German-language social network Instagram. The central question of the research is the choice of language means and the communication style of users. Studying the research material results that the peculiarities of the youth sociolect are determined at several levels of the language: lexical, syntactic and graphic. As a result of the study, the material was obtained, the analysis of which allowed us to conclude that the Internet as a way of communication causes the appearance in the youth sociolect of numerous borrowings from the English language, slang, emotive vocabulary, as well as colloquial and familiar-colloquial vocabulary. The syntactic level is characterized by special constructions and violations of grammatical norms of the language. As for spelling, punctuation and graphic design of texts in Instagram posts, we can talk about writing nouns and the beginning of sentences with a lowercase letter, about the combined spelling of words, the absence of punctuation marks, and the special use of fonts and registers. The selection and organization of language means of the youth sociolect are determined by such pragmatic attitudes as the desire to express their identity and belonging to a particular social group; the relaxed nature of communication; separation from the standardized language of the older generation, the desire to minimize language efforts.

Keywords: youth sociolect, social network, Internet, communication, language means.

Язык – явление социальное, выполняющее различные функции, связанные с той или иной сферой человеческой деятельности. Важнейшие общественные функции языка – общение, сообщения и воздействие. Для реализации данных функций исторически сложились отдельные разновидности языка, характеризующиеся наличием в каждой из них особых лексических и синтаксических средств. Эти разновидности называются функциональными стилями. Возникнув на экстралингвистической (внеязыковой) основе, будучи тесно связанными с содержанием, целями и задачами высказывания, стили различаются между собой внутриязыковыми признаками – принципами отбора, сочетания и организации речевых средств общенационального языка.

XXI век вносит свои изменения в устоявшиеся положения. Становится очевидным тот факт, что традиционной стилистики недостаточно для анализа текстов в интернете, так как они не вписываются в рамки традиционных стилей. Так, в 2011 г. появляется термин «интернет-стилистика», которая представляет собой раздел стилистики, занимающийся экспрессивными, выразительными и функционально-стилевыми особенностями письменных и устных текстов, изначально относящихся к Интернету [7]. Новая коммуникативная среда предопределила появление также особой ситуации общения, что, в свою очередь, привело к появлению и развитию «текста, погруженного в ситуацию общения в виртуальной реальности» [4, С. 10].

Как и любой другой функциональный стиль, интернет-стиль представлен множеством жанров (блоги, форумы, социальные сети). Между тем очевидно, что отбор и организация языковых и речевых средств внутри каждого жанра определяется особенностями речевого взаимодействия, что позволяет в ряде случаев говорить о том, что в процессе такой интернет-коммуникации создается особый социолект. Традиционно социолектом называют «совокупность языковых особенностей, присущих какой-либо социальной группе – профессиональной, сословной, возрастной и т. п. – в пределах той или иной подсистемы национального языка» [1, С. 30]. Применительно к интернет-коммуникации термин социолект используется по отношению к самым различным группам пользователей. Мы говорим о молодежном социолекте, так как образ жизни современного представителя молодежной среды неразрывно связан с электронными средствами обмена информацией. Преимущественно молодые люди наиболее активно используют виртуальную среду в повседневной коммуникации. На это направлены как экстралингвистические средства (например, прикрепление личных фотографий, чаще исполненных профессиональными фотографами, с целью выделиться, показать себя с более привлекательной стороны), так и языковые средства.

Молодежный социолект впервые упоминается как студенческий язык (*Studentensprache* или *Burschensprache*) в XVI в. Молодежь – одна из самых мобильных групп населения. Она быстро подстраивается под существующие реалии, выражая при этом свой опыт непосредственно в языке, что и позволяет ему изменяться коренным образом в течение нескольких лет. Можно сказать, молодежный язык – это реакция на происходящие в обществе изменения и веяния. Этим фактом и обусловлена актуальность данного исследования. Представленный анализ лексических, синтаксических, графических и иных особенностей немецкоязычных текстов в сфере интернет-коммуникации позволяют нам получить более полное представление не только о современном молодежном варианте немецкого языка в сети Интернет, но и о национальном языке в целом, который подвержен влиянию молодежного социолекта.

Современные лингвисты относят молодежный социолект в сфере интернета к сетевому разговорному функциональному стилю, выделяемому в рамках периода интернет-стилистики XXI в. [7]. Данный стиль делится на множество жанров, каждый из которых обладает своими особенностями на разных уровнях языка. Социальные сети – это тот жанр, который постоянно видоизменяется. Зарегистрированные в них пользователи размещают информацию о себе и коммуницируют между собой, устанавливая социальные связи. Контент на такой площадке создается непосредственно самими пользователями.

Как показывают недавние исследования, социальную сеть использует для общения каждый второй пользователь Интернета (52 %) [8, С. 1006].

Каждая социальная сеть отличается от другой подобной сети. Особыми признаками могут служить количество знаков в тексте, использование различных выразительных средств языка и стилистических приемов. Как следствие, интернет-коммуникация характеризуется лексикой, отличной от стандартизированной, нарушением грамматических норм языка, своеобразным написанием слов и выражений. На письме фиксируются грамматические, стилистические, пунктуационные отклонения от нормы, возможны стяжения и сокращения. Зачастую отклонения от нормы объясняются незнанием корректного написания, но во многих случаях намеренное нарушение нормы совершается ради экономии усилий пишущего и его времени.

Социальная сеть Instagram очень популярна у виртуальных пользователей. Изначально она служила лишь для обмена и оценки фотографий и видеороликов, постинга фото- и видеоматериала, но в последние несколько лет начала качественно меняться и стала неким сочетанием площадки для микроблогов (пользователи создают уникальный контент на разную тематику) и приложением для обмена фотографиями и видеозаписями. Количество пользователей Instagram насчитывает более 1,1 млрд. человек. Это одна из самых распространенных социальных сетей и одно из самых скачиваемых приложений, которым пользуются люди по всему миру.

Материалом данного исследования послужили 90 контекстов в немецкоязычной социальной сети Instagram в период с января 2018 г. по октябрь 2020 г., отвечающих следующим критериям: 1. тематическая организация: поводом для коммуникации является общий интерес к определенному предмету в широком смысле (виду спорта или искусства, увлечению и т. д.); 2. возраст участников общения составляет 18-30 лет. Сбор материала проводился методом сплошной выборки. Цель исследования – выявить особенности языковых средств немецкого языка, формирующих молодежный социолект как особое интернет-сообщество. Объектом исследования является современный немецкий молодежный социолект, а предметом – его реализация в рамках интернет-коммуникации.

В ходе исследования были использованы такие лингвистические методы, как метод коммуникативно-прагматического анализа (исследование особенностей речевого взаимодействия участников коммуникации в условиях той или иной коммуникативной ситуации), метод контекстуального и стилистического анализа. Указанные методы позволили выявить определенные особенности языка молодежи на нескольких уровнях.

Лексический уровень молодежного социолекта характеризуется своей динамичностью. Пере-

именование является одним из наиболее употребительных средств, с помощью которого молодые люди выражают важные и актуальные для них эмоции, чувства. Переименованием следует считать один из видов номинаций (чаще всего в результате процессов метафоризации и метонимизации), который выражается в возникновении нового имени у того, что уже имело название. Например, *New York ist bestimmt der Hammer* (молоток; здесь: (фам.) мощь, сила) // *Discopumper sind wieder im Fitness* (pumpen=качать, накачивать насосом, здесь: (разг.) качаться в спортзале) // *Du "watschelst" dann bald* (ходить вперевалку (о птицах); здесь: (разг.) ходить как утка, переваливаясь с боку на бок (о человеке)) // *Bei mir haben alle auf einen Jungen getippt* (трогать, легко касаться; здесь: (перен.) осторожно завести разговор, упомянуть) // *Oh wie schön wann ist dein Stichtag?* (день поставки, срок уплаты; здесь: срок рождения ребенка) // *frisch gebackene Eltern* (с пылу, с жару, свежеспеченный (напр., о хлебе); здесь: молодой, недавно ставший (о чел.)) // *Genieß die Zeit mit deiner wunderschönen Kugel* (мяч, шар; здесь: живот беременной женщины). На возникновение новых переименований в молодежном социолекте влияют различные лингвистические и экстралингвистические причины. Наиболее заметна среди таких факторов так называемая жажда экспрессии, под воздействием которой появляются образные номинации. И наоборот, смена номинации может происходить под действием тенденции экономии языковых средств.

Другую весомую часть лексико-семантических особенностей молодежного языка составляют заимствования из других языков. В настоящее время германисты отмечают пик популярности единиц, заимствованных из английского языка. Англицизмы зачастую заменяют стандартизированные слова в немецком вокабуляре [10, С.120], например: *ein toller Look* // *super süßes outfit* // *Oh rainy days* // *nice foto!!* // *Happy Weekend Maus* // *wie cute* // *Ich bin Newborn Fotografin*. В отношении языка существует также некоторая мода, определяющая пристрастия к употреблению тех или иных лексем. Так, лексические единицы *Wow* // *mega* // *cool* встречаются почти в каждой записи в социальной сети Instagram. Помимо этого, наблюдается процесс германизации, то есть заимствованные слова уже содержат определённые грамматические или фонетические свойства немецкого языка: к глаголам добавляются характерные немецкие приставки, глагольные окончания (*abcoolen*, *shoppen*); существительные получают род и склоняются по правилам немецкого языка (*Habt ihr schon unsere News in der Story erfahren?*); прилагательные также склоняются (*die doofe Wendeltreppe* // *ein toller Look*).

Большое количество немецкоязычных пользователей Instagram пишут на английском языке

целые посты или дублируют текст с немецкого на английский язык, например: *Wow...! Cool profile!! Feel free to check me out too!! // We need you on our social media team you're the perfect influencer for @stayradfashion. official just check my bio and DM our main page // Such a queen! Love your dress // Do you want to appear in our gallery? use our hashtag #stunningdailyinspo ¡If you follow us, we will love you! // Beautiful things happen when you distance yourself from negativity.*

Во многих текстах содержатся неологизмы, касающиеся основных сфер жизнедеятельности [6, С.158-159], например, образование (*Buddy-Programm*), культура (*E-Mixe*), мода и красота (*Ein so toller streetstyle* // *Beauty-Freundin*), интернет (*Smombie = Smartphon+Zombie*), здоровье (*Mugel = Mensch+Kugel*). Использование молодыми людьми неологизмов во всех сферах жизни можно объяснить тем, что именно молодежный социолект раньше других реагирует на социально-экономические изменения в языковом окружении. Данные неологизмы не только заполняют лакуны в языке, но и отражают современный информационный мир и, этим самым, все социальное пространство.

Использование словосложения с установкой на языковую игру свидетельствует о творческом подходе молодых людей к применению языковых ресурсов. В немецком молодежном социолекте сложные слова выступают как экспрессивное средство создания юмористической окраски речи и для упрощения выражения мыслей. *Discopumper = Disco+pumpen* (тренироваться в зале) – *дискокачок, то есть человек, который тренируется только для того, чтобы хорошо выглядеть на дискотеке* // *Swaggetarier = Swag* (англ. круто) + *Vegetarier* (нем. вегетарианец) – *свэггетарианец, человек, не потребляющий мясо лишь потому, что это круто* // *Powerfrau = Power* (англ. сила, энергия) + *Frau* (нем. женщина) – *энергичная, деловая женщина (карьеристка)*.

Сокращенные слова и аббревиатуры употребляются молодежью главным образом в целях языковой экономии. К основным факторам, обуславливающим появление сокращений в языке, можно отнести их словообразовательные возможности, удобство запоминания и стремление к компактности как ответную реакцию на словосложение. В Instagram-текстах можно встретить следующие лексические сокращения: инициальные аббревиатуры (*Omg - Oh My God!* // *OOTD - One Of These Days*), слоговые сокращения (*gorg - gorgeous*), частично-сокращенные слова (*A-Saft — Apfelsaft*), усечения с суффиксами -o, -i (*der Realo — der Realist* // *Schoki - die Schokolade* // *Knobi – der Knoblauch*). Также могут быть представлены аббревиатуры, использующие не строго инициальную формулу, а первые две буквы слова. Например, *RUMI-AN* (*Ruf mich an*), *DuBiMeiLe* (*Du bist mein Leben*). Встречается и сочетание в процессе аббревиации

разных семиотических кодов: *G+K (Gruss und Kuss)*, *gn8 (gute Nacht)* [5, С. 451-457].

Приветствие несет в себе важную эмоционально-коммуникационную нагрузку во всех культурах. Именно приветствующий посредством формы и характера приветствия своего партнера определяет ход дальнейшей коммуникации. При неформальном общении, в быту или в других случаях, где этикет не требуется, особенно среди молодежи, распространены такие формы, как: *Hallo liebe // schönen Abend süße! // Hey melanie! // Hi // Määädels. // meine Liebe*. Часто в приветствиях, в качестве ласкательного имени, используются названия зверей и птиц: *Du süßer Spatz // ihr Mäuse*.

Для понятия молодежный язык неприемлемо такое качество, как устойчивость. В то время как фразеологизмы национального языка именно этим и характеризуются. Поэтому в исследуемом материале отмечены единичные случаи употребления фразеологических единиц и устойчивых словосочетаний: *Karo du gehst echt durch die Decke (umgangssprachlich - kurzfristig stark ansteigen) // Wie ihr ja wisst, darf bei uns jeder mal den Kochlöffel schwingen (umgangssprachlich - kochen) // Schön, dass du auf so etwas aufmerksam machst (zeigen, verweisen)*.

Одной из особенностей молодежного социолекта является широкое использование сниженной (разговорной и фамильярной) лексики [10, С. 119]. Данная лексика обладает наибольшей экспрессивной окраской. Частота ее употребления в молодежных кругах значительно выше, чем в остальных возрастных группах. Например, *Klamotte (Kleidung) // kapiere (verstehen) // mega (großartig, hervorragend) // yummy (appetitlich) // doller (großartig) // Scheiß (verdamm) // Hammer (großartige Sache) // watscheln (sich wie eine Ente bewegen) // doof (ärgerlich, lästig) // hauen in die Tasten (schlagen) // anfixen (jemanden dazu überreden, sich zum ersten Mal eine Droge zu injizieren)*.

Различные разговорные частицы и междометия также представлены в постах в Instagram: *Schwuppdwupp // Ohh wow! Super schön // Awwww wie schön // Soo schön // Tadaaaa // haha...immer positiv bleiben // Ist die Frage ja eh*.

В молодежном социолекте присутствует эмоциональная и оценочная лексика. Эмотивная лексика служит для обозначения эмоций современных молодых людей, а оценочная лексика появляется с целью лексического выражения положительного или отрицательного отношения молодежи к какому-либо объекту внеязыковой действительности [9, С.1-10]. Для молодежи наиболее значимы такие эмоции, как радость, страх, гнев, удивление, разочарование и отвращение. Соответственно, большое количество слов заимствуется, образуется и изменяется для выражения данных эмоций, например: *Stunning (сногшибательный, ошеломляющий) //*

keep grindin (сойти с ума, помешаться) // der Knaller (чокнутый, тронутый).

На синтаксическом уровне молодежный социолект так же обладает своими особенностями. Все синтаксические средства можно разделить на синтаксические выразительные средства (нормативные структуры, выразительность которых определяется контекстом, а также синтаксические структуры, которые обладают более определенным характером выразительности, например длина предложения, порядок слов в предложении) и синтаксические стилистические приемы (необычные сочетания и расположения частей структуры как в рамках одного предложения, так и в рамках текстового фрагмента) [10, с.120]. Для синтаксиса молодежного языка характерны приемы, связанные с нарушением правильной формально-синтаксической структуры, например: *Diese Weste haben will // Wusste ich gar nicht*. Можно сказать, они используются ради повышения экспрессии и, тем самым, создают эмоциональный акцент. Также этому способствуют замена порядка слов в придаточном предложении порядком слов главного предложения, в результате чего придаточное предложение приобретает большую семантическую весомость; и наоборот, замена порядка слов главного предложения порядком слов придаточного предложения (*Wie easy es wirklich geht // Wie schnell die Zeit vergeht // Wie toll das aussieht // Wie schön deine Wohnung eingerichtet ist*). Отмечены своеобразные способы построения сложного предложения, с отсутствием формальных средств связи (союзов, относительных местоимений и др.), которые позволяют установить логическое соотношение простых предложений в составе сложного (пара-таксис): *So schön liebe solche Aufnahmen also bei mir (braune Augen) trifft es definitiv zu Thomas ist so ein nix der hat in jeden Licht eine andere Farbe also undefinierbar. // Jetzt ist es so schön und wie bei der Arbeit mal mehr anstrengen und mal weniger*.

Также можно говорить об употреблении в молодежном социолекте ряда вставных конструкций, оформленных как грамматически независимые от предложения, в структуру которого они вставляются (парантеза). Они характеризуются графическим выделением (запяты, скобки, тире) и свободной позицией по отношению к включающему их предложению [3, С. 28]. Причинами появления парантез в высказывании могут быть возникновение внезапной мысли, ассоциативность мышления, потребность в добавлениях к мысли, ее уточнение. Как стилистический прием, парантеза выполняет функцию создания эмоционального фона (размышляющие, размеренные, иронические, издевательские и многие другие интонации текста): *Ich muss da nochmal einen Blick drauf werfen, da irgendjemand (Maikel?) Von Apachen mit "Roller" bis hin zu "Disneysongs" erstmal alles hinzugefügt hat*.

В интернет-коммуникации молодежи можно выделить редукцию синтаксической структуры, которая связана с опущением одного или нескольких необходимых членов предложения. В письменной речи такие усечения носят нарочитый характер и выступают как стилистические приемы. В одном случае мы отмечаем внезапный обрыв мысли в середине высказывания или недоговаривание ее до конца, вызванные различными обстоятельствами, ситуативной обусловленностью: осторожностью, нежеланием продолжать неприятный разговор, намеками (апозиепезис): *Dieses Video, wenn man sowieso schon total hungrig ist...// ...weil ich nicht mehr konnte...also genießen konnte ich das nicht mehr.* В другом случае опускаются менее важные, легко восстанавливаемые в контексте члены предложения (эллипсис) [2, с. 100-101]. Например, *Wirklich zum empfehlen // Cool Profile! // Schönes Wochenende Euch! // The Boots! // Na, wie war euer Sonntag in einem Wort? Entspannt, stressig, schön, besonders oder einfach nur normal?* Такие синтаксические конструкции способствуют динамичности и сжатости высказывания. Часто они являются восклицательными или вопросительными предложениями.

Сокращенная рамка или вынесение за рамку – это метод, при котором части предложения «вынимаются» из обычной рамки предложения и помещаются в конец предложения, с намерением особо подчеркнуть эти части. Вынесение за рамку – достаточно частый прием, который используется молодежью. Например: *Habt ihr nochmal einen Urlaub geplant dieses Jahr? // Außer das ich sich lustig gemacht wurde auf Arbeit... // Aber an Musik haben wir nicht mal gedacht in dem Moment // Wir sind nach Berchtesgaden gefahren zum Nationalpark.*

Что касается орфографического, пунктуационного и графического оформления текстов в Instagram-постах, то невозможно не отметить ряд особенностей. Знаки препинания в письменной речи выполняют смысловую функцию: они помогают пишущему точно выразить мысль, все детали и оттенки, а читающему эту мысль адекватно воспринять. В традиционной письменной речи знаки препинания в основном структурируют текст и облегчают его восприятие. При общении в Сети эти функции оказываются лишними и отбрасываются. Так, существительные, имена собственные и начало предложений часто пишутся со строчной буквы. Для молодых людей это уже не является признаком неграмотности. Чтобы написать слово с большой буквы, нужно приложить дополнительное усилие, что часто делать лень, к тому же собеседник и так все поймет.: *Nice foto!! // mega schönes bild! // Hey melanie! // Ohh venedig ist echt ein traum um tolle bilder zu schiessen.* Были найдены случаи написания глаголов и прилагательных с большой буквы, а также примеры слитного написания слов: *Liebst du es auch zu Reisen? // Ihr könnt so mega Stolz auf euch sein // Da waren wir auch schonmal // Ich*

würde immer wieder großeTshirts mitnehmen. В подобных ситуациях, вероятно, мы имеем дело с опечатками. Это явление очень распространено, так как при быстром наборе текста несложно перепутать буквы местами или пропустить пробел между словами. Мало кто перечитывает сообщение перед отправкой, и на подобные опечатки уже давно никто не обращает внимания.

Одной из самых распространенных особенностей Instagram является редукция окончания у глаголов, используемых в 1 лице в настоящем времени: *jetzt hab ich Fernweh // Karo du stylo würd mich mega freuen, wenn du mal bei mir vorbei hüpfst.* Кроме того, возможно усечение окончания -e и у других частей речи: *Ich habe heut yeeesssssss gerufen hahaha.* Другой характерной особенностью можно назвать написание глаголов через апостроф или слитно с местоимением *es*: *Wow, ich liebs // Hab's bestimmt wieder verpasst.* Также отмечены случаи краткого написания неопределенного артикля: *Habt nen schönen Start ihr Mäuse.* Данная особенность может быть обусловлена стремлением пишущего к минимизации собственных усилий.

Во многих предложениях наблюдается отсутствие запятой между главной и придаточной частью, после приветственной фразы, при обращениях, как в случаях: *Hallo ich finde den Pulli so toll den du in diesem Bild an hast // Dieser Moment wenn du traurig bist weil sie die Weste nicht markiert hat // Was ein tolles Bild Karo // Die typischen Schwangerschaftssymptome die alle schildern hatte ich bisher auch nicht // Das einzige was ich empfehlen kann ist ein Familien Zimmer.*

Практически во всех проанализированных примерах в конце предложений отсутствует точка, восклицательные знаки часто дублируются: *Nice foto!! // Wow...! Cool profile!! // New York ist bestimmt der Hammer // Feel free to check me out too!!* При общении в сети считается, что точка несет в себе оттенок агрессии. Поставив ее, тем самым можно оборвать разговор или показать свое недовольство. Поэтому вместо точки используются запятые, переход на новую строку или смайлики. Использование же нескольких знаков препинания подряд (????? // !!!) считается «особым стилем письма», а также способом выражения и усиления эмоций.

Для привлечения внимания к тексту и информации, изложенной в нем, а также для выражения эмоций, многие слова и предложения пишутся верхним регистром: *I LOVE your IG! // Liebe deine Outfit Fotos und die Looks generell momentan SEHR.* В качестве другого способа привлечения внимания молодые люди используют написание двух и более согласных или гласных букв на конце слов (*Wer ruft Yesss 😍 und wer schreit: Nooooooo 😍*), либо одновременно верхний и нижний регистр (*NOOoooOoo*). Выделить слово можно с помощью пробела после каждой буквы: *in diesem Sinne h a p p y Sunday.*

Логограмма амперсанд (&), заменяющая союз «и» в английском языке, характерна и для данной социальной сети, где блогеры ориентированы на молодежь и где использование английского языка считается модным трендом: *Seit dem letzten Wochenende hängen nun auch alle Poster & Bilderrahmen // alles mit Salz & Pfeffer würzen & für 20 Minuten ab in den Ofen bei 200grad.*

Еще одна важная графическая особенность текстов в Instagram – большое количество эмодзи: *Wow, ich liebs 🥰✨❤️ // Woooow so tolle Neuigkeiten 🥰 Karo du gehst echt durch die Decke 🙌👉 // Omg wow so beautiful ❤️❤� // Wie toll das aussieht 🤩 // If you follow us we will love you! 🔄💕💕💕💕💕 // Wie cute 🥰 // 🥰 sieht super lecker aus 🥰 // Karo du stylo 🧡.* Данные символы добавляют общению выразительности и эмоций, которые нельзя передать с помощью одного только текста и пунктуации. Они делают общение более непринужденным и живым. Также эмодзи могут привносить в слова новый оттенок, из-за чего и используются в качестве стилизованного элемента общения. В некоторых случаях они заменяют существительные или другие части речи, например: *Bei mir zum Glück bis jetzt auch alles nicht eingetroffen, bis auf dass wir nicht wissen ob 🥰 oder 💙* (здесь: розовое сердце – девочка, голубое – мальчик). Это обусловлено тем, что графические символы позволяют экономить место и усилия пишущего.

Таким образом, в ходе анализа материала мы столкнулись с определенными особенностями и нововведениями не только в лексиконе современной немецкой молодежи, но и в таких формализованных частях языка, как синтаксис и орфография/пунктуация. Стиль и манера общения молодежи в сети отдалается от принятых литературных

стандартов. Под влиянием Интернета и мобильных технологий одновременно быстро эволюционируют большинство мировых языков, в том числе и немецкий язык. Жизнь в новое время подразумевает новые правила, использование других слов, другого контекста, другой орфографии. Иногда нюансы подобного общения будут понятны далеко не всем даже тридцатилетним, не говоря уже о представителях более зрелого возраста. Мы можем заключить следующее: 1. Для молодежного социолекта характерно взаимодействие языковых и речевых средств, присущих интернет-коммуникации. Здесь применяется разговорный стиль речи. 2. Отбор и организация языковых и речевых средств в молодежном социолекте предполагает комфортное речевое взаимодействие собеседников, непринужденный характер общения. Немалую роль играет дистантность общения, что позволяет коммуникантам чувствовать себя свободнее в речевом проявлении. Также к основным факторам, обуславливающим особенности интернет-общения молодежи, можно отнести стремление к минимизации языковых усилий и средств, жажду экспрессии. 3. Сфера общения в социальной сети подразумевает в основном бытовое, повседневное общение.

Молодежный социолект является динамичной развивающейся системой. С одной стороны, в процессе коммуникации в социальных сетях постоянно создаются и закрепляются новые языковые и речевые средства. С другой – коммуниканты зачастую являются участниками нескольких социальных сетей, и это позволяет расширить сферу употребления данного социолекта. Наблюдаемые тенденции могут послужить базой исследований речевого и психологического портрета современного носителя языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Беликов, В.И. Социоллингвистика / В.И. Беликов, Л.П. Крысин. – Москва : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. – 317 с. – Текст : непосредственный.
2. Брандес, М.П. Стилистика немецкого языка / М. П. Брандес. – Москва : Высшая школа, 1983. – 271 с. – Текст : непосредственный.
3. Ельцова, М.Н. Стилистика немецкого языка : учеб. пособие / М.Н. Ельцова. – Пермь : Изд-во Пермского гос. техн. ун-та, 2008. – 87 с. – Текст : непосредственный.
4. Лутовинова, О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса / О.В. Лутовинова. – Волгоград : Перемена, 2009. – 476 с. – Текст : непосредственный.
5. Манерова, К.В. Сокращения в современном немецком языке как результат словообразовательной редукции / К.В. Манерова. – Текст : непосредственный // Труды ИЛИ РАН. – Санкт-Петербург, 2010. – Т. VI, ч. 2. – С. 451-457.
6. Снигирева, О.М. Функционирование неологизмов в немецком молодежном сленге / О.М. Снигирева, Т.В. Захарова. – Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. № 12 (66): в 4 ч. – Тамбов : Грамота, 2016. – Ч. 1. – С. 158-160.
7. Тошович, Б. Интернет-стилистика : монография / Б. Тошович. – Изд. 2-е, стер. – М. : ФЛИНТА, 2015. – 238 с. – Текст : непосредственный.
8. Шахмартова, О.М. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности / О.М. Шахмартова, Е.Ю. Болтага. – Текст : непосредственный // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. – Пенза, 2011. – № 24. – С. 1006.

9. Шемчук, Ю.М. Категории эмоциональности и оценочности в молодежном социолекте / Ю.М. Шемчук. – Текст : непосредственный // Научный журнал КубГАУ. – 2013. – №87 (03). – С.1-10.
10. Наер, Н.М. *Stilistik der deutschen Sprache* : учеб. пособие / Н.М. Наер. – Москва : МПГУ, 2015. – 256 с. – Текст : непосредственный.

REFERENCES

1. Belikov V.I., Krysin L.P. *Sociolingvistika*. [Sociolinguistic]. Moscow: Ros. gos. gumanit. un-t, 2001. 317 p.
2. Brandes M.P. *Stilistika nemeckogo jazyka*. [Stylistic of German language]. Moscow: Vysshaja shkola, 1983. 271 p.
3. El'cova M.N. *Stilistika nemeckogo jazyka*.: ucheb.posobie. [Stylistic of German language]. Perm': Izd-vo Permskogo gos. tehn. un-ta, 2008. 87 p.
4. Lutovinova O.V. *Lingvokul'turologicheskie harakteristiki virtual'nogo diskursa*. [Linguacultural characteristics of virtual discourse]. Volgograd: Izdatel'stvo VGPU "Peremena", 2009. 476 p.
5. Manerova K.V. *Sokrashhenija v sovremennom nemeckom jazyke kak rezul'tat slovoobrazovatel'noj redukcii*. [Abbreviations in modern German as a result of derivational reduction]. *Trudy ILI RAN. T. VI, ch. 2*. [Proceedings ILI RAN. Vol. VI, iss. 2]. Saint Petersburg, 2010, pp. 451-457.
6. Snigireva O.M. *Funkcionirovanie neologizmov v nemeckom molodezhnom slenge*. [Functioning of neologisms in German youth slang]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. No 12(66)*: v 4-h ch. [Philological science. Questions of theory and praxis. No 12(66). Ch. 1]. Tambov: Gramota, 2016, pp. 158-160.
7. Toshovich B. *Internet-stilistika: monografija* [Internet-stylistic]. Moscow: FLINTA, 2015. 238 p.
8. Shahmartova O.M., Boltaga E.J. *Psihologicheskie aspekty obshhenija v social'nyh setjah virtual'noj real'nosti*. [Psychological aspects of communication in virtual reality social networks]. *Izvestija Penzenskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. V. G. Belinskogo*. [Transactions of the Penza State Pedagogical University. V. G. Belinsky]. Penza, 2011. No 24, p. 1006.
9. Shemchuk J.M. *Kategorii jemocional'nosti i ocenocnosti v molodezhnom sociolekte*. [Categories of emotionality and evaluativeness in youth sociolect]. *Nauchnyj zhurnal KubGAU*. [Science journal KubGAU]. 2013, no. 87(03), pp. 1-10.
10. Naer N.M. *Stilistik der deutschen Sprache*: ucheb. posobie. [Stylistic of German language]. Moscow: MPGU, 2015. 256 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Л.В. Гаренских, старший преподаватель кафедры германской филологии, Уральский Гуманитарный Институт, ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», г. Екатеринбург, Россия, e-mail: garenkich@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-5127-1367.

И.Т. Демкина, старший преподаватель кафедры германской филологии, Уральский Гуманитарный Институт, ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», г. Екатеринбург, Россия, e-mail: 20itd1966@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3309-5272.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS:

L.V. Garenkikh, Senior Lecturer of the Department of Germanic Philology, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia, e-mail: garenkich@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-5127-1367.

I.T. Demkina, Senior Lecturer of the Department of Germanic Philology, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia, e-mail: 20itd1966@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3309-5272.

Статья содержит упоминание продуктов компании Meta (организация, владеющая платформами Instagram и Facebook, признана экстремистской на территории РФ 21.03.2022 г.)