

мюзикла и др.), краткое содержание сюжета спектакля. В последнее время мюзикл становится все более востребованным, что порождает широкий интерес к этому жанру, соответственно, возрастают требования к литературной составляющей, так как качество либретто во многом определяет успех мюзикла, являясь «посредником» между литературным источником и собственно мюзиклом (Г. Ганзбург)

В свете этого изучение либретто является важной задачей, так как оно во многом объясняет логику создания литературного образа в таком жанре синтетического искусства, как мюзикл. Данное сообщение посвящено исследованию либретто русскоязычной и английской версий мюзикла «Нотр-Дам де Пари» как отдельного жанра, выявлению его основных свойств и особенностей.

Ввиду большого сходства с опереттой мюзикл как отдельный жанр театрального искусства долгое время не признавался, однако за время существования он обрел свои особенности. Либретто «Нотр-Дам де Пари» написано в стихах, преимущественно рифмованных. Их в мюзикле 50. Для речитативов здесь используется употребление прозы. Сюжет для либретто взят из одноименного романа В. Гюго. В результате исследования всех средств художественной выразительности в 3 текстах русского и английского либретто было выявлено, что в среднем на песню приходится около 13 средств художественной выразительности, большую часть из которых (около 50 %) составляют эпитеты и метафоры («a free bird», «the bridge of dreams», «прекрасный ангел, свет небес», «тяжкий крест»), что позволяет погрузить читателя в атмосферу мюзикла при помощи изящных выражений.

На втором месте по употреблению находятся сравнения («As night turns into day, like diamonds on a string all for you», «Куда выброшен был я родною семьей, как последний щенок»). Это создает особую выразительность образов. Также зафиксировано наличие перифразов («мы люди без бумаг – толпа бродяг»), что подчеркивается в мюзикле контрастом и гротеском. В либретто присутствуют отсылки к историческим событиям и религиозной тематике (первое книгопечатание и Библия).

Таким образом, анализ свойств текстов либретто мюзикла «Нотр-Дам де Пари» выявил следующие характеристики: частое использование эпитетов, метафор и сравнений для более сильного воздействия на слушателя. Также типичны многообразные отсылки к историческим и религиозным фактам.

## **Т. Тихон**

### **ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЛЕНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

В настоящее время сленг является неотъемлемой частью любого языка и его исследование становится все более популярным среди современных филологов. Понятие «сленг» до сих пор не имеет однозначного определения, многие филологи трактуют его по-своему. В современной зарубежной линг-

вистике под *сленгом* традиционно понимают, прежде всего, разговорную речь, не ограниченную установленными языковыми нормами; разговорный язык определенного класса людей, не имеющий общего признания и часто рассматриваемый как язык неизысканный, неправильный и даже вульгарный; слова, не ограниченные нормами письменной речи, но делающие речь яркой и живой.

Сленг является самым поздним понятием среди всех понятий, которые обозначают молодежную речь. В русском языке термин «сленг» появился в 1960-е гг. XX в. До этого, начиная с XIX в., в русском языке существовали только термины, заимствованные из французского языка, такие как «жаргон» и «арго». В Англии термин *сленг* появился намного раньше и существовал уже в XIV в. под наименованием «*cant*» (кент). Первая попытка заменить существующий термин *cant* термином *slang* была предпринята Фрэнсисом Гроузом в первом научном словаре «вульгарного» языка (1788). Тем не менее этимология слова *сленг* до конца неизвестна и трактуется учеными различно. Так, Э. Уикли и В. Скит считали это слово скандинавским по происхождению (от норв. *Slengja*), Э. Партридж возводит эту лексическую единицу к Past Participle, она образуется от глагола *to sling*. О. Риттер и К. Вестендорпф считают, что слово *slang* возникло в результате агглютинации первой части слова *language* с суффиксом *-s'* в выражении *thieves' language*.

Интернет-сленг получил широкое распространение в связи с развитием Всемирной сети и появлением смартфонов в начале XXI века как средства электронной коммуникации. Его употребление обусловлено необходимостью и стремлением пользователей сократить длинные фразы и выражения, тем самым упростив общение и сократив время на набор сообщения.

На сегодняшний день наиболее популярными словами интернет-сленга являются такие лексические единицы, как *Lit* (16,5 млн. публикаций с данным хэштегом в социальной сети Instagram), *Extra* (1,8 млн публикаций), *Fire* (31,1 млн публикаций), *Shade* (2,4 млн публикаций), *Periodt* (415 тыс. публикаций), *Snatched* (641 тыс. публикаций), *Wig* (7 млн публикаций), *Big Yikes* (более 1000 публикаций), *Fit* (155 млн публикаций), *Bet* (4 млн публикаций), *Cap* (8,4 млн публикаций)/*No Cap* (513 тыс. публикаций), *Flex* (15 млн публикаций), *Go Off* (31,3 тыс. публикаций), *Lewk* (63,7 тыс. публикаций), *Lowkey* (1 млн публикаций)/*Highkey* (259 тыс. публикаций), *Salty* (1,7 млн публикаций), *Slay* (11 млн публикаций), *Shook* (569 тыс. публикаций), *Stan* (1,5 млн публикаций), *Tea* (31,7 млн публикаций), *Thirsty* (3,9 млн публикаций).