

В казахском сложном слове **итбалық** и английском **seadog** есть общая сема «собака» (**ит, dog**). Действительно, мордочка тюленя похожа на собачью, а туловище, как у рыбы, только у него ласты, а не плавники. В другом английском названии животного **sea-calf** имеется указание на то, что оно, как телёнок, т.е. сосёт молоко, значит млекопитающее.

М. Фасмер связывает слово **тюлень** с диалектным в значении «годовалый телёнок» [4, Т.4, 135], Н.М. Шанский считает, что слово **тюлень** собств.-русское с неясным происхождением. «Возможно, возникло в результате контаминации *теля* и *туло* (см. *теленки, туловище*) и присоединения суф. *-ень* (ср. чеш. *tuleň* с корневой частью *tul-*)» [5, 458].

Очень прозрачная этимология у русского слова **белёк** – детёныша тюленя, а также меха его [3, 40], т.к. детёныш белого цвета, а взрослый тюлень имеет сероватый, тёмный окрас; каз. **итбалықтың күшігі**; англ. **theyoungoneofseal**.

Таким, образом, языковая картина мира большинства казахских и английских производных слов отражает объективную действительность. В основу номинации некоторых русских зоонимов положены издаваемые ими звуки. Не у всех русских соответствий отмечается прозрачная этимология, некоторые из них заимствованы из других языков.

Список литературы

1. Қаз тілінің түсіндірме сөздігі/ Жалпы редакциясын басқарған Т. Жанұзақов.- Алматы: Дайк-Пресс, 2008.-968 б.
2. Мюллер В.К. Новый русско-английский словарь. – М.: Альта-Пресс, 2005. – 637 с.
3. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / Российская АН, Российский фонд культуры.-2-е изд., испр. и доп.- М.:Азъ, 1995.-928 с.
4. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. / Пер. с нем. и доп. О.Н. Трубачева. - В 4 т. - М.: Прогресс, 1967.-тт.1-1У
5. Шанский Н.М., Иванов В.В., Шанская Т.В. Краткий этимологический словарь русского языка / Под ред. С.Г. Бархударова. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Просвещение, 1975.- 543 с.
6. <https://www.google.kz/search?hl=ru&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1024&пресмыкajúщиеяКазакстана>
7. https://www.google.kz/search?hl=ru&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1024&bih=507&q=gs_l=img.12..0i24k1.15194.36462.0.40544.28.27.1.0.0.0.251.4077.0j12j9.21.0.foo%2Cewh%3D0%2CперелетныептицыКазакстана
8. [туранский тигр википедия](#)

АНГЛИЦИЗМЫ В МОЛОДЕЖНОМ СЛЕНГЕ МИЛЛЕНИАЛОВ И ЗУМЕРОВ: 2021-2022 гг.

Чекмарева Н.В. (E-mail: lola7776.77@mail.ru)

ПакМ.К. (E-mail: pakmarkon@yandex.ru)

Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, Караганда

«Миллениалов» и «зумеров» периода 2021-2022 гг. мы разделяем представителей поколений на «миллениалов» (1982-2004 годы) и «зумеров» (с 2000 года по настоящее время), чтобы проследить, существуют ли отличия в использовании ими англицизмов в своей речи, или они пользуются одинаковыми заимствованиями, схожими и в семантическом аспекте, и в словообразовательном. Целью нашей работы было выявить новые английские заимствования «зумеров», выделить их лексические и грамматические особенности по сравнению с заимствованиями поколения «миллениалов». Актуальность настоящей работы обусловлена вниманием к сленгу нынешней молодежи в аспекте глобализационных процессов. В исследовании применялись методы изучения работ лингвистов, анализ интернет-публикаций и данных словарей, опрос информантов. Авторами выявлены некоторые особенности формирования лексических значений и грамматикализации новых

лексических единиц. Мы пришли к выводу, что поколение «зумеров» так же интенсивно пользуется заимствованиями английского происхождения в своей речи, как и предыдущее поколение «миллениалов». И так как современный молодежный сленг является исключительно подвижной сферой языка, то им осваивается огромное количество англицизмов. Этот процесс обусловлен стремлением молодежи общаться друг с другом, оставаясь непонятыми для посторонних. Мы увидели тенденцию к речевой выразительности, которую трудно достигнуть, используя исключительно литературную лексику. Так как молодежный сленг является отражением современных общественных явлений, то его изучение представляет большой интерес для лингвистов.

В нашей статье мы рассматриваем англицизмы в современном русском молодежном сленге, который мы понимаем, как неформальную речь молодого поколения, сопоставляя представителей поколений «миллениалов» и «зумеров».

Согласно теории поколений, разработанной Уильямом Штраусом и Нилом Хау, где авторы пишут о четырёхчастном поколенческом цикле в истории США, и, которая имеет схожие циклы в некоторых других развитых странах, поколения сменяются по тому же принципу, что и этапы человеческой жизни. Сначала идёт «подъём» (бумеры–1943-1960 гг.), когда институты сильны, а индивидуализм слаб. Затем следует «пробуждение» (поколение X–1961-1981 гг.), когда институты приносят в жертву ради индивидуализма. Третья фаза называется «спадом» (миллениалы–1982-2004 годы), когда институты слабы, а индивидуализм процветает. В финальной фазе «кризиса» (зумеры–с 2000 года по настоящее время) институты разрушаются, а люди вновь воссоединяются, чтобы создать новые институты. После снова начинается «подъём».

Теорию поколений пытались переложить и на российские реалии. Социолог Вадим Радаев поделил поколения на оттепель (1939-1946 гг.), застой (1947-1967 гг.), реформенное поколение (1968-1981 годы) и миллениалов (1982-2000 гг.). К единому мнению российские исследователи пока не пришли [1, 157].

В нашей работе мы разделяем представителей поколений на «миллениалов» (1982-2004 гг.) и «зумеров» (с 2000 года по настоящее время), чтобы проследить, существуют ли отличия в использовании ими англицизмов в своей речи, или они пользуются одинаковыми заимствованиями, схожими и в семантическом аспекте, и в словообразовательном.

Источником материала послужил Интернет, один из основных способов современной коммуникации. В нашей работе мы используем молодежный сленг поколения «миллениалов», представленный на сайтах русскоязычных социальных сетей и блогов, в интернет-публикациях и чатах. Для контроля достоверности и актуальности материалов данных публикаций, их дополнения и уточнения в качестве информантов нами опрашивались представители поколения «зумеров»– студенты 2001-2004 г.р., 1-ого курса как языковых, так и неязыковых факультетов Карагандинского университета имени академика Е.А. Букетова.

Исследуемый период – 2021-2022 гг. Авторами статьи было отобрано более 200 лексических единиц, которые являются заимствованиями или дериватами заимствований, что свидетельствует о мощном влиянии английского языка в сфере молодежного сленга и представляет интерес для изучения. В настоящей статье английские заимствования и их производные именуется англицизмами.

На примере сленга как некодифицированной системы, а значит, наиболее подвижной области языка можно проследить процесс усвоения иностранных слов в динамике, зафиксировать различную степень трансформации их значений, их грамматикализации и участия в словообразовании.

В современной лингвистике не существует единого мнения по определению понятия «сленг». Термин сленг (от англ. slang) начал использоваться на рубеже 60-70-х гг. XX столетия [2, 180]. В.Н. Ярцева в своем определении сленга называет его совокупностью жаргонизмов, которые употребляются в социальных группах [3, 151]. И.Р. Гальперин, наоборот, разграничивает понятия жаргон и сленг, указывая на то, что жаргон имеет социальную, а не местную принадлежность, представляет собой кодовую систему, которой соответствует определенное словарное значение. Сленгу же, в отличие от жаргона, не нужна

трактовка. Это не секретный код. Его с легкостью понимают те люди, которые говорят на данном языке-коде, но воспринимают употребление этих слов как что-то не совсем обыденное или же как «извращение нормального языка». Жаргонизмы могут переходить из одной социальной группы в другую и со временем даже становиться нормой литературного языка. Выделяя специальные и общеупотребительные жаргоны (принадлежат ко всем социальным группам), он отмечает, что жаргон, в свою очередь, может стать сленгом, так как первый переходит из определенного круга в общеупотребительный, а следовательно, меняет свою «тайнственность и зашифрованность». Жаргонизмы отличаются ещё и тем, что имеют свое строгое место в социуме, поэтому легко классифицируются по данному признаку [4, 104-116].

Мы будем рассматривать термин «сленг» как синоним слова «жаргон», которое обозначает социальную разновидность речи, характеризующуюся, в отличие от общенародного языка, специфической лексикой и фразеологией, а также особым использованием словообразовательных средств. Понятийная зыбкость термина отчасти обусловлена принадлежностью молодежи к различным сообществам по интересам и уровню образования. Кроме того, сленг, хотя и проникает в СМИ и песенные тексты, но бытует в основном в устной речи и в частной переписке, поэтому его единицы многовариантны: не имеют четких критериев написания и грамматического оформления.

Как показывает анализ литературы, многие аспекты русского молодежного сленга XX в. изучены достаточно полно. Однако молодежный лексикон подвижен, изменчив во времени; свидетельством такого изменения служат десятки лексикографических произведений, словарный объем которых зачастую достигает нескольких тысяч единиц. Значительный корпус лексики представлен в словарях Т.Г. Никитиной [5-7].

Мы разделяем представление о заимствовании как о языковом процессе, который развивается во времени. Формирование лексического значения заимствованного слова, как и любого другого, происходит под влиянием языковых и экстралингвистических факторов. «Языковая семантика, как правило, контекстуально обусловлена, хотя бы со стороны фоновых знаний» [8, 134].

Схема критериев освоения иноязычного слова, предложенная М.А. Брейтером, представляется нам более компактной. Он выделил четыре уровня развития иноязычного слова:

1. Фонетическая и графическая ассимиляция.
2. Морфологическая ассимиляция.
3. Словообразовательная интеграция.
4. Семантическая ассимиляция [9, 60, 66, 73, 78].

Как справедливо отмечают В.Г. Костомаров [10] и Л.П. Крысин [11], заимствования – закономерное явление в жизни любого языка. Стремительный рост числа заимствований, начиная с конца XX в. и по настоящее время происходит в рамках общих процессов размывания границ и состава общелитературного языка вследствие либерализации общества. Претерпевая изменения, язык как саморазвивающаяся система «умеет самоочищаться» и сохранять жизненные силы [12, 40].

О.В. Цибизова и И.И. Галанкина в своей работе «Англицизмы в молодежном сленге 2020—2021 гг.: опыт описания и анализа» посвятили свое исследование выявлению английских заимствований в молодежном сленге, присущем поколению «миллениалов» – молодых людей, родившихся в период, близкий к рубежу тысячелетий. Авторы исследования условно распределили сленгизмы английского происхождения по нескольким тематическим группам:

1. «Человек как индивидуальность»:
 - внешность: *сасный* (сексапильный), *фитоняшка* (гламурно-спортивная девушка);
 - возраст: *олды* (любые старшие), *бумеры* (старшие с «косным» мировоззрением);
 - одежда: *юзаный* (поношенный), *имбовый* (эффектный), *лакшери* (люксовый);

– характер, статус, личные качества: *дьюд* (чувак), *ботан* (зацикленный на учебе), *краш* (предмет безответной влюбленности), *токсик* (вредный, неприятный человек);

– состояния и действия человека: *муд* (настрой), *мув* (инициатива), *флешбэк* (воспоминание), *чилиться* (расслабленно отдыхать), *шипперить* (мечтать о романтических отношениях), *агриться* (сердиться);

– отношение к событию или человеку: *изи* (легко), *хардово* (трудно), *трабл* (проблема), *чалендж* (испытание), *лалка* (девушка, попавшая в неловкую ситуацию), *кринж* (позор), *офакапиться* (попасть в неловкую ситуацию);

2. «Человек в социуме»:

а) общение:

– сетевое общение: *войс* (голосовое сообщение), *войсить* (отправлять войсы), *лайк* (знак одобрения в соцсети), *лайкать* (ставить лайки), *хейтить* (травить в соцсетях), *свайпнуть* (провести по экрану влево или вправо, выражая одобрение или неодобрение);

– приложения знакомств: *перфект мэтч* (совпадение интересов), *соулмэйт* (родственная душа);

– творческие сообщества: *колаборация* (сотрудничество), *колаборироваться* (сотрудничать);

– поиск информации: *науглить* (найти в Google), *нашазамить* (найти в Shazam);

– экономические понятия: *кэмпить* (занимать очередь на модную распродажу с ночи), *донатить* (зарабатывать в интернете), *коливинг* (аренда квартиры в складчину);

б) развлечения:

– кино, телевидение: *арт* (рисунок в стиле анимэ в подарок), *бинджвотчить* (всю ночь смотреть сериалы);

– музыка, танцы: *вайб* (настроение, атмосфера), *саунд* (качественное звуковоспроизведение), *гигос* (вечеринка, концерт, дискотека) *флексить*, *тверкать* (танцевать в определенном стиле);

– субкультура рэперов: *панч* (словесный выпад), *панчить* (дразнить соперника);

– кулинария: *фуди* (увлечение едой), *фудпорн* (привлекательное фото еды);

– компьютерные игры: *гамать* (играть), *харасить* (издеваться над героем игры), *апнуться* (перейти на новый уровень) [13, 691].

Как заявляют авторы исследования, принадлежность заимствованных сленгизмов к выделенной тематике условна, так как тематические группы могут пересекаться. Тем не менее, это распределение показывает, что наиболее активно заимствуются лексические единицы, выражающие настроение, отношения к людям и ситуациям, реалии общения [14, 118-123].

Мы в свою очередь протестировали представителей поколения зумеров, студентов 1-го курса (2001-2004 г.р.) языковых и неязыковых факультетов Карагандинского университета имени академика Е.А. Букетова на знание 49 английских заимствований в молодежном сленге, присущем поколению «миллениалов», представленных в работе О.В. Цибизовой и И.И. Галанкиной «Англицизмы в молодежном сленге 2020-2021 гг.: опыт описания и анализа». В тестировании приняли участие 85 студентов от 17 до 21 года. Ни один студент не ответил на все вопросы тестирования верно.

1. Самые узнаваемые англицизмы с наименьшим количеством ответов «не знаю»: *изи* (1), *хейтить* (4), *олды* (5), *токсик* (5), *кринж* (5), *сасный* (6), *краш* (6), *чилиться* (7), *флешбэк* (9), *вайб* (10), *фитоняшка* (11), *лакшери* (11), *агриться* (12), *свайпнуть* (12), *муд* (13), *тверкать*, *флексить* (13), *трабл* (14), *чалендж* (14), *войс* (14), *юзаный* (15), *хардово* (15), *шипперить* (17), *соулмейт* (20), *колаборироваться* (20), *ливнуть* (22), *нашазамить* (24).

2. Среднее количество ответов «не знаю»: *апнуться* (33), *спойлить* (40), *мув* (41), *бумеры* (47), *имбовый* (48), *офакапиться* (48), *перфект мэтч* (50)

3. Самое большое количество ответов «не знаю» мы получили по следующим лексемам: *лонговыйхерд* (83), *гигос* (81), *коливинг* (78), *бинджвотчить* (78), *фуди* (77), *фудпорн* (69),

дьюд (62), гамать (60), кэмпить (59), лалка (59), панчить (57), харасить (57), пойдём на аск (56), панч (53), войсить (52).

Из чего можно сделать вывод, что более 50 % протестированных англицизмов поколения «миллениалов» знакомы поколению «зумеров».

Мы также попросили наших студентов-респондентов написать свои любимые англицизмы, которые они используют в своей речи или те англицизмы, которые они слышали при общении с друзьями и знакомыми. В результате мы получили следующие данные: студенты указали 21 англицизм из списка «миллениалов», где лидирующие места заняли англицизмы: «вайб» – 22 упоминания; «кринж» – 19 упоминаний; «краш» – 14 упоминаний. А также муд, изи получили по 11 упоминаний; токсик – 9 упоминаний; хейтить – 8 упоминаний; трабл, лол, соулмейт получили по 6 упоминаний; спойлить, чилить получили по 5 упоминаний; олд (-а, -ы) – 4 упоминания; флешбэк (флешбек), лакшери, шипперить, ливнуть получили по 2 упоминания; тверкать, флексить, апнуть, кэмпить – по 1 упоминанию. В дополнение к этому списку мы насчитали 26 англицизмов, которые не участвовали в тестировании, студенты поделились своими личными предпочтениями. А именно: треш (трэш) (12 упоминаний), чекать (чекнуть) (3 упоминания), лайт (лайтовый) (2 упоминания), по 1 упоминанию получили калаб, триггер, камон, кул, крипово, бэд, найс, окей, ту мач, гангать, абьюзинг, фаново, миллениал, фэйл, смэл, хасанить, дарк, конфа, сори, го, вертоплёт вью, shutdown, OMG.

Как видно из полученных данных, заимствованные единицы встраиваются в грамматическую систему русского языка и участвуют в словообразовании.

Существительные в основном адаптируются по модели 2-го склонения мужского рода, что закономерно при грамматикализации заимствований, например, *триггер, абьюзинг, фэйл, смэл, мув, муд, вайб*. Принадлежность к женскому полу выражается суффиксацией: *лалка, фитоняшка, олда, конфа*. Возможен переход слов с характеристиками 2 склонения из прилагательных (в английском) в существительные (в русском): *токсик, дарк, олд*.

Прилагательные и наречия оформляются суффиксами -ов- и -н-: *лайтовый, вайбовый, кринжовый, сасный, фаново, крипово, хардово, вайбово*.

Некоторые слова могут быть интерпретированы по-разному с грамматической точки зрения: *изи, фуди, сори*. Имеются единицы без грамматикализации: слово го (идти), «Найс!» (выражение одобрения).

Встречается аббревиатура: OMG –сленговый акроним (английская фраза «Oh My God» – «О мой бог»).

Также результаты тестирования подтверждают, что, как и «миллениалы» так и «зумеры» наиболее активно заимствуют лексические единицы, выражающие настроение, отношения к людям и ситуациям, реалии общения.

Особого внимания заслуживают лексические значения заимствованных сленгизмов «миллениалов», которые приобрели новые коннотации на русской почве. При тестировании зумеров не всегда прослеживалась эта тенденция. Например, «юзанный» в своем обновленном значении «поношенный» употребляется с отрицательной оценкой и из 85 студентов-зумеров только 6 ответов передали эту коннотацию, остальные же студенты, писали «использованный», в этом случае теряется отрицательная оценка предмета, так как слово «использованный» само по себе нейтрально. Слабо выраженный негативный оттенок имеет глагол *ливнуть* (уйти, избегая ответственности, например, прогулять последнюю пару), видимо, по созвучию с русским «слинять» или «свалить». Опять же из 85 ответов только 9 передали это значение сбежать, слиться, смыться, остальные же студенты отвечали уйти, покинуть, выйти, где теряется негативный оттенок. Придание шуточной эмоциональной окраски возможно в результате сочетания русских и английских словообразовательных компонентов: *офакатиться* (попасть в неловкую ситуацию). Мы принимали такие ответы студентов, как «налажать», «облажаться», «лохануться», «провалиться», «опозориться» и из 85 ответов мы засчитали 19 с шуточной эмоциональной окраской.

Некоторые из модных слов изменили значение. Например, если раньше слово *трабл* использовалось как синоним подавленности, депрессии, то в современном сленге – это проблема и большинство студентов справились с этой задачей: из 85 ответов правильных было 69. Слово *олды* раньше относилось к родителям, в современном сленге – вообще ко всем старшим, например, к возрастным фанатам какой-либо музыкальной группы. Из 85 студентов 55 ответили «старшее поколение, 1 ответ поступил «родители» и 23 ответа «люди, которые долго состоят в каком-либо комьюнити», «люди, которые раньше всех начали что-либо изучать, слушать, играть и т.п.», «те, кто давно в теме».

Осваиваются английские слова, имеющие в русском языке несколько вариантов перевода, ни один из которых точно не совпадает по значению с английской лексемой: *флешбэк* – воспоминание, получили 77 правильных ответов; *чалендж*– вызов, испытание, получили 40 правильных ответов. Интересен тот факт, что также были такие ответы, как задание, конкурс, эстафета, соревнование, ачивка, достижение, эксперимент, что также является современной тенденцией, когда во время пандемии организации в социальных сетях устраивали чаленджи по уборке снега, уборке территории, и все могли подхватить их инициативу, что напоминает соревнование; *вайб*– настроение, атмосфера, мы получили 68 правильных ответа, а также 6 ответов быть на одном вайбе (на одной волне).

Многие заимствования связаны с появлением новых понятий в области культуры (*бинджвотчить*, мы получили всего 8 правильных ответов «непрерывно-бесконечно-марафонский просмотр сериалов», для большинства студентов этот англицизм незнаком; *фуди*, всего 6 правильных ответов «любитель вкусно покушать»), коммерческих реалий (*кэмпить* - занимать очередь на модную распродажу с ночи, мы не получили ни одного правильного ответа как экономическое понятие, но как игровой термин мы засчитали 12 ответов, «притаиться», «ждать», «спрятаться»), сетевого общения: *спойлить* (заранее рассказывать сюжет фильма, мы получили 36 правильных ответов), *хейтить* (травить в соцсетях, получено 32 правильных ответа), *войс* (голосовое сообщение, мы засчитали 25 ответов), *войсить/войснуть* (передавать голосовые сообщения, получили 22 правильных ответа). Перевести эти слова можно лишь описательно, с уточнением. В этом случае при заимствовании реализуется общая закономерность экономии языковых средств, присущая любому языку, «тенденция к нерасчлененности, цельности обозначаемого понятия с нерасчлененностью обозначаемого» [15. С. 44].

В настоящее время некоторые слова приходят непосредственно из английского молодежного сленга: словечки рэперов: *панч*–едкие словесные выпады (получили 22 правильных ответа).

Многозначные слова, употребляемые в англоязычном молодежном социолекте в узком значении, проникая в русский, сохраняют сленговую семантику, не наследуя полисемию, присущую им в общелитературном английском языке: *сасный*– привлекательный, *сексапильный*, мы получили 79 правильных ответов; *краш*– предмет неразделенной влюбленности, получены 77 ответов «человек, который нравится», но во всех ответах отсутствует оттенок неразделенности влюбленности; *мув*– инициатива, побуждение, ни одного правильного ответа получено не было, в значении «движение» ответы не засчитывались; *флексить*– танцевать, мы засчитали 70 правильных ответов; *гамать*– играть в компьютерные игры, мы получили 25 правильных ответов.

Мы обнаружили, что поколение «зумеров» используют 5 англицизмов в той же коннотации что и «миллениалы»: *сасный* (79 из 85 ответов), *флешбэк* (77 из 85 ответов), *флексить* (70 из 85 ответов), *трабл* (69 из 85 ответов), *вайб* (68 из 85 ответов); в отличие от «миллениалов» «зумеры» упускают особенности в значениях 10 заимствований: *спойлить* (36 из 85 ответов), *хейтить* (32 из 85 ответов), *гамать* (25 из 85 ответов), *войс* (25 из 85 ответов), *войсить* (22 из 85 ответов), *панч* (22 из 85 ответов), *офакапиться* (19 из 85 ответов), *юзанный* (6 из 85 ответов), *ливнуть* (9 из 85 ответов), *бинджвотчить* (8 из 85 ответов), *фуди* (6 из 85 ответов); ни одного верного значениямы не засчитали «зумерам» в 2-ух словах: *кэмпить* и *мув*.

Но мы выявили дополнительную смысловую коннотацию в следующих заимствованиях: олды «люди, которые раньше всех начали что-либо изучать, слушать, играть и т.п.» и чалендж «конкурс», «эстафета», «соревнование», «ачивка», «достижение», «эксперимент».

Мы ожидали более высоких результатов относительно некоторых английских заимствований. Например, «фуди» получил 6 правильных ответов, но рестораны-фастфуд стали неотъемлемой частью жизни любого жителя планеты Земля. Англицизм «кэмпить» (0 правильных ответов) в качестве экономического понятия «занимать очередь на модную распродажу с ночи» совсем не используется «зумерами» не смотря на то, что это экономическое явление появилось в XXI веке.

Вызывает интерес способ, которым студенты-респонденты объясняли значения англицизмов, представленных в тестировании. Во многих случаях мы получали описание значений выраженные еще какими-либо англицизмами. Например, олды – люди, которые долго состоят в каком-либо комьюнити; токсик – абьюзивный, абьюзер; лалка – аутсайдер; соулмейт – тимммейт твоей души; фудпорн – мукбанг; апнутья – повысить скилл; чалендж – ачивка.

Суммируя полученные данные, мы можем сделать вывод о том, что поколение «зумеров» также интенсивно пользуется заимствованиями английского происхождения в своем молодежной речи, как и предыдущее поколение «миллениалов». И так как современный молодежный сленг является исключительно подвижной сферой языка, то им осваивается огромное количество англицизмов. Этот процесс обусловлен стремлением молодежи общаться друг с другом, оставаясь непонятыми для посторонних. Мы увидели тенденцию к речевой выразительности, которую трудно достигнуть, используя исключительно литературную лексику.

Список литературы

- 1 Радаев В.В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: Эмпирический анализ // Социологические исследования. – 2018. – № 3. – С. 15-33.
- 2 Ломакина М.О., Ефанова Л.Г. О терминах «молодежный жаргон», «молодежный сленг» и «язык молодежной субкультуры» // VI Общероссийская межвузовская конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и образование»: (15-20 апреля 2002 г.). Т. 2. – Томск. – 2003. – С. 178-182.
- 3 Ярцева В.Н. Языкознание // БЭС. – М.: 1998. – 685 с.
- 4 Гальперин И.Р. О термине «сленг» // Вопросы языкознания. – 1956. – № 6. – С.107-114.
- 5 Никитина Т.Г. Словарь молодежного сленга: (Материалы 1980-2000 гг.). СПб.: Фолио-Пресс, 2003. – 737 с.
- 6 Никитина Т.Г., Рогалева Е.И. Региональный словарь сленга (Пскова и Псковской области). М.: ЭЛПИС, 2006. – 380 с.
- 7 Никитина Т.Г. Молодежный сленг: Толковый словарь. М.: АСТ, Астрель, 2009. – 1102 с.
- 8 Красина Е.А., Перфильева Н.В. Семантические параметры количественных единиц в разноструктурных языках // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2018. – № 1 (54). – С. 126-136.
- 9 Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов. – Владивосток: Диалог – МГУ, 1997. – 155 с.
- 10 Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М.: Педагогика. Пресс, 1994. – 247 с.
- 11 Крысин Л.П. Этапы освоения иноязычного слова // Русский язык в школе. 2016. – С. 42-43.
- 12 Крысин Л.П. Русский литературный язык на рубеже веков // Русская речь, 2000. – № 1. – С. 28-40.

13 Цибизова О.В., Галанкина И.И. Англицизмы в молодежном сленге 2020-2021 гг.: опыт описания и анализа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. – Т. 12. – № 3. – С. 684-698.

14 Цибизова О.В. Современный молодежный жаргон: проблемы лексикографического описания: диссертация кандидата филол. наук. Северодвинск, 2006. – 223с.

15 Перфильева Н.В. Многоаспектный анализ лексических инноваций в текстах российских СМИ // Сборник статей. Славянские чтения XI. Даугавпилс: Даугавпилсский университет, 2016. – С. 41-46.

ИНОЯЗЫЧНЫЕ ВКРАПЛЕНИЯ КАК ОСОБЕННОСТЬ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Стеничкина Т.В., Долгова Т.В.

(E-mail: kargul@bk.ru)

КГУ «Школа-лицей № 66» г. Караганды

Изучение иноязычных вкраплений как особенности современной языковой личности возможно с привлечением материалов интернет-СМИ на русском языке, в частности, текстов казахстанской прессы. Большое количество вкраплений и реалий отличают медийный дискурс, придают особую специфику. Русскоязычная пресса Казахстана ориентирована на определенную языковую личность со знанием казахской культуры и отчасти казахского языка, без которых полное понимание определенных текстов будет недоступно. Подчеркнуто в статье усиление интереса исследователей к вопросам внедрения основ межкультурной коммуникации в учебный процесс, развития полиязычной личности.

Расширение и укрепление контактов представителей различных культур, процесс взаимовлияния участников межкультурной коммуникации представляют собой важные аспекты гуманитарного знания. В культуре межнационального взаимодействия особое место занимает языковая личность как обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций [1, 46].

Мнение Ю.Н. Караулова о языковой личности как «сквозной идее», пронизывающей «все аспекты изучения языка» и разрушающей границы между дисциплинами, изучающими человека, «поскольку нельзя изучать человека вне его языка» стало основополагающим для многих гуманитарных дисциплин [2, 10]. Теперь отгородиться от смежных с лингвистикой областей знания невозможно. Понятно, что обобщенные черты ничего не дают «для характеристики реального бытия и практически исключают из рассмотрения национальные особенности языка и его носителя» [2, 12].

Думаем, правомерно считать языковой личность, реконструированную на базе языковых средств, выраженную в языке текстов с установленной иерархией смыслов и ценностей в ее картине мира. Влияние на языковую личность другой культуры, языка можно определить как эффект замедленного контакта. В языке реципиента нет структурных потрясений, но происходит постепенное проникновение вследствие длительного контакта с другим языком большими двуязычными группами населения.

Ю.Т. Листрова-Правда относит к иноязычным вкраплениям не только отдельные слова и выражения, но и самостоятельные фразы, и целые отрывки иноязычного текста. Следовательно, термин иноязычное вкрапление обозначает иноязычные явления разного объема, включенные как «инородные тела» в речь билингов и далеко не полно представляющие действительное разнообразие иноязычных вкраплений [3, 6].

Учитывая межкультурную специфику феномена иноязычных вкраплений, Ю.Т. Листрова-Правда вписывает их в рамки билингвизма в качестве его разновидности, намечая тем самым вектор их изучения с учетом социально-культурных, исторических особенностей функционирования текста или устной речи, а также пристального рассмотрения языковой