

Практику использования в русской речи лексических единиц казахского языка можно назвать типичным явлением для настоящего времени, поскольку действительность, окружающая носителя языка, требует употребления адекватных для ее отражения средств.

### Используемая литература

1. Ариккулова К. А. О региональной специфике в русской речи казахстанцев. Казахизмы // Наука, 2016. – №1. – С. 187-189.
2. Ауэзов М. Путь Абая. – Алма-Ата: Жазушы, 1982. – 606 с.
3. Дешериев Ю. Д. Закономерности развития литературных языков народов СССР в советскую эпоху. – М.: Наука, 1976. – 431 с.
4. Журавлева Е. А. К проблеме национальной вариативности языков: особенности развития русского языка в Казахстане. – Астана: ЕНУ им. Л. Гумилева, 2009.
5. Сулейменова Э. Д. Регионализация стандартных языков: от «советского» к «казахстанскому» варианту русского языка. Казахский национальный университет им. Аль-Фараби. [Электронный ресурс]. – URL: <http://repository.enu.kz/handle/123456789/6414> (дата обращения: 2.02.2018).
6. Чайковская Н. Н., Осенмук Л. П. О некоторых тенденциях влияния казахского языка на русский язык в Казахстане. – Усть-Каменогорск: ВКГУ им. Д. Серикбаева, 2008.

*Т. В. Колесникова  
Россия, г. Барнаул,  
Алтайский государственный педагогический университет  
Научный руководитель к. филол. н., доцент В. Ю. Краева*

## НАИМЕНОВАНИЯ ЧЕЛОВЕКА В МОЛОДЁЖНОМ СЛЕНГЕ КОНЦА XX-НАЧАЛА XXI ВЕКОВ

### *Аннотация*

В статье раскрывается сущность явления молодёжного сленга, его особенности и значение для современной молодёжи на примере семантического поля «Человек».

**Ключевые слова:** молодёжный сленг, сленгизмы, жаргон, человек.

Общеизвестно, что в обыденной жизни молодёжь употребляет сленгизмы, не задумываясь об этом. Можно предположить, что среднестатистический носитель языка в этой возрастной категории имеет в своём словарном запасе некоторое число сленгизмов. Цель нашей работы - выявить, соответствует ли это предположение реальной действительности. Нами было рассмотрено употребление сленгизмов студентами филологического факультета АлтГПУ на примере семантического поля «Человек».

Т. В. Жеребило определяет «сленг» как социальный диалект, групповой язык, характеризующийся экспрессивной направленностью.

Г.А. Судзиловский выделяет отличительные черты сленга в целом. Наиболее значимыми являются следующие:

1. Это нелитературная лексика.
2. Это лексика, возникающая и употребляющаяся чаще всего в устной речи.
3. Это эмоционально-окрашенная лексика, причем отличающаяся большим разнообразием оттенков (от шутливой до пренебрежительной или грубой).

Молодёжный сленг, в свою очередь, имеет ряд особенностей, отличающих его от других разновидностей сленга:

1. Функционирование в определенной возрастной группе.
2. Номинация, по преимуществу, реалий мира молодёжи.
3. Частотное употребление вульгаризмов.
4. Быстрая изменчивость.

Т. В. Жеребило определяет понятие «молодёжный сленг» как один из видов групповых жаргонов, используемый в речи молодежи и характеризующийся активным употреблением, открытостью, проникновением в разговорную речь других слоев населения и обилием англицизмов.

Почему появляется и функционирует сленг? На этот вопрос английский филолог Генри Брэдли отвечает так: «Сленг означает сознательное оскорбление какой-либо обычной нормы уместности». Получается, что сленг появился для передачи в более широком спектре оценок и отношения к тем или иным явлениям действительности. Это определённый протест общественным правилам, стремление выделиться, проявляющееся в отклонении от общепринятого литературного языка.

Таким образом, термин «молодёжный сленг» понимается нами как социальный диалект людей в возрасте от 14 до 25 лет, характеризующийся экспрессивной направленностью и отличающийся стремлением социальной группы выделиться и даже противопоставить себя общепринятой аксиологической системе.

Формирование лексики молодёжного сленга происходит, в сущности, за счёт таких источников и такими способами, которые свойственны всему языку в целом. Следует отметить, что различие составляют частотность применения того или иного способа.

К основным источникам формирования Э. М. Береговская относит следующие:

1) иноязычные заимствования – по большей части англоязычные, так как в 90-е годы 20-го столетия после распада СССР был снят железный занавес, и российская молодёжь того времени увидела западную жизнь. Поэтому увлечение англицизмами стало своеобразной модой и было обусловлено созданными в молодёжном обществе стереотипами об идеализированном американском обществе, в котором уровень жизни и технического прогресса

намного выше. И добавляя в свою речь английские заимствования, молодые люди определенным образом приобщались к американской культуре и стилю жизни. Этот способ формирования весьма успешно сочетается с аффиксацией, свойственной словообразовательной системе русского языка. Можно сделать вывод, что значительная часть английских заимствований, которые считаются варваризмами в литературном языке, успешно функционирует в сленге. (teacher (англ.) – тичер «учитель», girl (англ.) – герла «девушка»).

2) аффиксация – продуктивный способ деривации для русского языка.

3) метафорика – здесь часто используется ироническая коннотация. (швабра «девушка», пельмень «глупый, некрасивый мужчина»)

Также выделяют незначительные, по сравнению с основными, источники формирования, такие как заимствование арготизмов, развитие полисемии, антономасия, усечения и сложения корней и другие.

Как уже говорилось ранее – эмоциональная окраска сленгизмов весьма разнообразна. Общим для большинства слов и выражений сленга является критическая оценка обозначаемых предметов, явлений, действий в фамильярной и зачастую грубой форме, поэтому лексика сленга имеет сниженную стилистическую окраску по сравнению с литературной речью.

Из «Толкового словаря молодёжного сленга» Т. Г. Никитиной методом сплошной выборки было выделено 160 сленгизмов-наименований человека. Нами выявлено, что коннотации по преимуществу связаны с ироническим отношением к какой-либо реалии, её высмеиванием, либо с проявлением негативной оценки.

Необходимо отметить, что молодёжный сленг отличается от других типов сленга динамичностью.

Анализируя причины столь быстрых изменений, в первую очередь можно отметить сменяемость поколений, каждое из которых отличается мировоззрением и ценностными ориентациями. К другим причинам относят появление новых реалий, на которые наиболее чувствительно реагирует именно молодёжь. Стоит, на наш взгляд, добавить распространённость Интернета – коммуникация в Сети достигает невероятных размеров, скорость передачи информации стремительно растёт, поэтому и происходит обновление языка молодёжного социолекта.

Наименование человека – одна из самых многочисленных групп в лексике как общенародной, так и ограниченного употребления. Это можно объяснить тем, что данное семантическое поле активно используется всеми носителями языка.

Е. В. Ерофеева и Е. А. Пепеляева в общенародном русском языке выделяют 9 лексико-семантических групп в семантическом поле «Человек».

- 1) Субъективные оценочные характеристики человека.
- 2) Социальные характеристики человека.
- 3) Объективные физические характеристики человека.
- 4) Сфера, вид деятельности.
- 5) Атрибуты.

- 6) Жизненное пространство.
- 7) Общие понятия.
- 8) Человек.
- 9) Жизнь/смерть.

Нами было проведено соотнесение лексики молодёжного сленга с данной классификацией, в ходе которого установлено, что семантическое поле «Человек» в молодёжном сленге крайне развито в соответствии с наличием в молодёжном сленге всех выделенных лексико-семантических групп.

Наиболее многочисленные лексико-семантические группы – субъективные оценочные характеристики человека и социальные характеристики человека. Однако следует отметить, что элементы всех лексико-семантических групп содержат эмоционально-экспрессивно-оценочные семы.

Практически не развиты такие лексико-семантические подгруппы, как религия и наука. Возможно, что причиной этого является особенность молодёжного сленга – употребление по преимуществу разговорно-бытовой лексики.

Е. В. Ерофеева и Е. А. Пепеляева приходят к выводу, что со словом «Человек» у русскоязычных студентов ассоциируется, прежде всего, лексика, несущая личностную, оценочную нагрузку.

Это утверждение справедливо по отношению и к молодёжному сленгу. Кроме того, в молодёжном сленге все лексико-семантические группы несут оценочную нагрузку.

Таким образом, в молодёжном сленге «развиты» практически все лексико-семантические группы семантического поля «Человек».

Нами было проведено анкетирование среди студентов филологического факультета АлтГПУ, целью которого было выявление представлений о значениях сленгизмов среди респондентов и соотношение значений, предложенных студентами, со словарным.

Мы выбрали пять, наиболее распространенных, тематических групп в семантическом поле «Человек»: национальность, субъективные оценочные характеристики человека, межличностные отношения, профессия и другие занятия, пол и возраст.

Исследование проводилось на основе 30 слов, выбранных из словаря Т. Г. Никитиной, большая часть из которых образована путем англоязычных заимствований и аффиксации.

Были использованы два типа анкет. В первой предлагалось самостоятельно написать значение, во второй – выбрать ответ из имеющихся вариантов.

Обработка результатов показала, что ответы распределились по четырем группам: значения, совпавшие со словарным; близкие к словарному; не совпавшие со словарным; слова, неизвестные респондентам.

Результаты первого анкетирования показали, что:

- ✓ наиболее частотны сленгизмы: *корефан*, *синяк*, *безандестенд*, *чувак*, *вундер*, *тичер*. Они составили более 60 % в группе значений, совпавших со словарём, и 20 % от общего состава предложенного словника;

- ✓ сленгизмы, не знакомые для большей части респондентов: *аллора, алтух, аскагель, выстебуль, марксы, олды, пшек, чалдон, шкирла*. Они составили более 60 % в группе значений, неизвестных респондентам, и 30 % от общего состава предложенного словника;
- ✓ иное значение было предложено респондентами для слов: *анчоус, кости, папуас, русак*. Они составили более 50 % в группе значений, не совпавших со словарем, и 13 % от общего состава предложенного словника.

В особую группу нами выделены слова *фрик* и *сусанин*.

*Сусанин* – 13 из 20 значений, которые не совпали со словарным значением «экскурсовод» совпали со значением в арго «человек, не ориентируется на местности, идет в неизвестном направлении».

*Фрик* – 16 из 18 значений, которые не совпали со словарным значением «красиво, модно одетый человек» совпали со значением оригинального слова «некрасивый, странный, выделяющийся».

Результаты второго анкетирования показали, что:

- ✓ наиболее известные слова: *алтух, американ, аскагель, безандестенд, бритиш, вундер, инозем, корефан, папуас, синяк, тичер, трезор, фараон, френда, чувак, шнурок*. Они составили более 60% в группе значений, совпавших со словарём, и 53% от общего состава предложенного словника.

Следует выделить наиболее знакомые слова, которые составили более 90% в этой группе значений: *вундер, корефан, синяк, френда, чувак*.

- ✓ Сленгизмы, не знакомые для большей части респондентов: *аллора, анчоус, кости, марксы, олды, половинник, пшек, шкирла*. Они составили более 60 % в группе значений, не совпавших со словарём, и 26 % от общего состава предложенного словника.

Примечательно, что у сленгизма «*марксы*» – ни одного совпадения.

*Сусанин* – 17 из 18 значений были выбраны, так как оказались близкими к значению из арго «человек, который не ориентируется на местности, идет в неизвестном направлении», как и в первом анкетировании.

Закрытое (второе) анкетирование показало, что соответствие значениям, указанным в словаре, преобладает над несовпадающими значениями, однако, они имеют почти равное соотношение.

Таким образом, наше исследование действительно подтвердило наличие некоторого числа сленгизмов в словарном запасе молодёжи. Также были подтверждены такие особенности молодёжного сленга, как большое разнообразие эмоционально-экспрессивной окраски и преимущественная номинация реалий мира молодёжи на уровне разговорно-бытовой лексики и явление динамичности молодёжного сленга. Мы полагаем, что последнее объяснимо: большая часть сленгизмов, функционирующих в начале 21 века, спустя 15 лет стала малоупотребительной и малоизвестной в молодёжной, в частности – студенческой, среде, некоторые слова изменили свое значение

(фрик, сусанин), а некоторые все еще функционируют, причем достаточно активно (коррефан, чувак, вундер, синяк).

Перспективу исследования мы видим в сопоставлении известных значений сленгизмов в лексиконе носителей языка разных поколений.

### **Используемая литература**

1. Агузарова К. Молодёжный сленг // Дарьял, 2004. – № 6.
2. Береговская, Э. М. Молодёжный сленг: формирование и функционирование // Вопросы языкознания. – 1996. – № 3. – С. 32-41.
3. Большой толковый словарь русского языка. – СПб: Норинт, 2000. – 1536 с.
4. Елистратов В. С. Словарь русского арго: Материалы 1980-1990 гг.: Около 9000 слов, 3000 идиоматических выражений. – М.: Русские словари, 2000. – 694 с.
5. Ерофеева, Е. В. Структура семантического поля «Человек» в сознании носителей русского языка // Вестник Пермского университета, 2011. – № 1(13). – С. 7-19.
6. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. – Назрань: Пилигрим, 2010. – 486 с.
7. Никитина Т. Г. Толковый словарь молодежного сленга: Слова, непонятные взрослым. – М.: Астрель: АСТ, 2003. – 736 с.
8. Новый Большой англо-русский словарь. – Изд. 4-е. – М.: Рус. яз., 1999. – 832 с.
9. Судзиловский Г. А. Сленг – что это такое? // Английская просторечная лексика. Англо-русский словарь военного сленга. М.: Воениздат, 1973. – 182 с.
10. Сумцова О. В. Причины использования англицизмов в русском молодёжном сленге // Молодой учёный, 2012. – № 4 (39). – С. 247-250.
11. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. – М., 1986.
12. Философский энциклопедический словарь. – М., 1989. – 815 с.

*Цай Вэньян  
Россия, г. Барнаул,  
Алтайский государственный университет  
Научный руководитель к. филол. н., доцент Ю. И. Злобина*

## **ОСОБЕННОСТИ СЛОГАНОВ РУССКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ**

### *Аннотация*

Статья посвящена слогану как структурному компоненту рекламы и выявлению характеристик рекламного слогана косметической тематики.

**Ключевые слова:** реклама, слоган, языковые средства, русский язык.