

**Заключение.** В результате проведенного исследования выявлено, какие средства выразительности используются авторами кинокритических рецензий чаще всего:

1. Удельная доля лексических, лексико-стилистических средств выразительности составляет 70 %, а удельная доля синтаксических средств выразительности составляет 30 %, что свидетельствует о том, что лексические и лексико-стилистические средства выразительности являются в значительной степени более частотными в проанализированных текстах кинокритических рецензий.

2. Наиболее частотными средствами выразительности на лексическом и лексико-стилистическом уровнях являются: эмоционально окрашенная лексика, 18 %, эпитеты, 16 %, усилительные наречия, 12 %, усилительные частицы, 11 %; менее частотными являются: сравнительные и превосходные степени сравнения прилагательных и наречий, 10 %, устойчивые выражения, 9 %, цитирование, 7 %.

3. Наиболее частотными средствами выразительности на синтаксическом уровне являются: перечисление, 31 %, инверсия, 25 %; менее частотными являются: параллельные грамматические конструкции, 18 %, риторический вопрос, 15 %.

В результате мы пришли к выводу, что авторы кинокритических рецензий широко используют различные выразительные средства языка с целями:

- обратить внимание, заинтересовать реципиента не только своей рецензией, но и кинофильмом (познавательная функция);
- выразить собственное мнение о фильме (объективность, функция информирования);
- выразить собственные эмоции по поводу фильма (эмоциональность, оценочная функция);
- проанализировать сильные и слабые стороны сценария, сюжета, игры актеров, поднимаемых в фильме тем и проблемах (концептуальная функция).

#### Список цитируемых источников

1. Успенская, С. С. Колумнистика. Проблемы жанровой идентификации [Электронный ресурс] / С. С. Успенская // Вестн. Ворон. гос. ун-та. Сер. Филология. Журналистика. — 2007. — № 1. — С. 240—244. — Режим доступа: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylog/2007/01/2007-01-41.pdf>. — Дата доступа: 20.02.2021.

УДК 81-25

**А. И. Тимашевский**

*Учреждение образования «Полесский государственный университет», Пинск, Республика Беларусь*

## МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ И АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ

**Введение.** Сложно представить нечто более важное для нас с вами, чем умение вербально выражать свои мысли и чувства. Поэтому «изобретателю речи» мы должны быть особенно благодарны. Увы! Как и почти все великие открытия древности, речь не имеет своего автора...

В современном мире появилось такое понятие, как «сленг». Сленг — это совокупность слов и выражений, употребляемых представителями определенных групп, профессий и т. п. и составляющих слой разговорной лексики, не соответствующей нормам литературного языка [1]. Сленг традиционно противостоит официальному общепринятому языку и до конца понятен лишь представителям сравнительно узкого круга лиц, принадлежащих к определенной социальной или профессиональной группе, которая ввела в язык слово или выражение.

Понятие сленга все больше завоевывает внимание современной филологии. В настоящее время существует достаточно большое количество определений сленга, нередко противоречащих друг другу. Противоречия эти касаются прежде всего объема понятия «сленг»: спор идет, в частности, о том, включать ли в сленг одни лишь выразительные, ироничные слова, которые являются синонимами литературных эквивалентов, или же еще и всю нестандартную лексику, использование которой осуждается в кругу образованных людей.

Но что же такое «молодежный сленг»? Как часто используется? Какие слова «аппулись» в нашем списке примеров молодежного сленга? Войдут ли когда-нибудь наиболее популярные из этих странных слов в академические словари?

**Основная часть.** Для начала разберемся с понятием. Молодежный сленг — это отдельный пласт национального языка, который отражает в определенной степени уровень культуры, образованности, развития общества. В наше время он контролируется массовой культурой, под влияние которой попадают различные категории молодежи. Многие молодые люди не принадлежат к какой-то социальной или профессиональной группировке, и все же постоянно пользуются сленгом. Часть из них — это невежественная молодежь, кото-

рая просто не знает норм литературного языка. Другие же хорошо владеют литературным русским языком, но сознательно используют сленг. Причиной этого может быть протест молодежи против привычных норм, вечный конфликт «отцы-дети», недоразумение со старшим поколением.

С другой стороны, язык сленга — это реквизит молодости, как и катание на роликовых коньках, легкомыслие и беззаботность. Это своеобразная форма самовыражения и свободы. Это, опять же таки, разновидность молодежной культуры.

Молодежный сленг неодинаков в соответствии с общением. Каждая из таких сред имеет свои отличия, и сленг озвучивает реалии жизни именно в этом окружении.

Каждый день, общаясь с товарищами, сотрудниками, родителями, молодые люди используют огромное количество слов в переносном значении. С кем только не приходится общаться студенту, какие только роли он не играет! Он кроткий и добрый ребенок перед родителями. Добросовестный и интеллигентный, особенно во время сессии. Но совсем другой на улице или в пределах определенной неформальной организации. Там его поведение может измениться кардинально. Соответственно, резко меняется и язык, где он общается.

Современные студенты не пытаются что-то скрыть, однако стараются быть оригинальными, «не такие как все». Поэтому большинство с удовольствием подхватывают новые, иногда совершенно бессмысленные конструкции и радостно используют в своем бытовом языке.

Сленгизмы очень интенсивно просачиваются в язык прессы. Обращение авторов к молодёжному жаргону связано с установкой на молодёжную субкультуру. Такой язык используется «как своего рода пароль, речевой сигнал принадлежности общающихся к одной и той же социальной или возрастной группе» [2, с. 118].

Основными причинами заимствования слов является потребность в наименовании вещей и понятий, необходимость разграничить близкие по содержанию, но всё же различные понятия, замена описательных оборотов. Другими словами, социально психологические причины и факторы заимствования: восприятие всем коллективом или его частью иноязычного слова как более престижного «ученого», «красиво звучащего».

Практически все интернет-заимствования — англицизмы. Молодежь активно перенимает сленгизмы из английского и широко использует в своей повседневной речи. Начиная с середины XVI века в русский язык проникают и приживаются в нем английские слова. Англицизмы — это «слова и выражения, заимствованные из английского языка (в его британском и американском вариантах), а также слова и выражения, созданные по образцу английского слова или выражения с использованием английских морфем» [3]. Процесс заимствования англицизмов стал особенно интенсивным и заметным в конце XX века. Каждый день в газетах и журналах, в радио- и телепередачах мы сталкиваемся со словами и выражениями, пришедшими к нам из английского языка, в последнее время в основном из его американского варианта.

Флексить (to flex) — хвалиться, выпендриваться.

Кринж (to cringe) — «испанский стыд».

Краш (crush) — предмет тайной или безответной влюблённости, а иногда просто про того, кто нравится.

Агриться (aggress) — злиться, сердиться.

Рофл — Аббревиатура Rolling On the Floor Laughing — «катаясь по полу от смеха», обычно используется как описание чего-то гомерически смешного, но в определённом контексте может значить издёвку или насмешку — рофлить над кем-то.

Чилл (chill) — отдыхать.

Шеймить (shame) — пристыдить кого-либо.

Байтить (to bite) — провоцировать.

Вайб (vibe) — атмосфера, настроение.

Токсик (toxic) — токсичный человек.

Крипово (creepy) — пугающий, ужасный.

Буллинг (bullying) — травля.

Донатить (donate) — пополнение своего мобильного счёта, оплату подписки на какой-то сервис, покупку чего-либо в компьютерных играх.

Пранк (prank) — розыгрыш, шутка, выходка.

Пруф (proof) — подтверждение, доказательство.

Хейтить (to hate) — открыто ненавидеть кого-то или что-то, проявлять эту эмоцию.

Чекать (to check) — проверять.

Мы провели исследование, которое показало, что вся молодёжь знакома с понятием сленга. На вопрос «Где вы используете молодежный сленг?» 39,4 % ответили «Везде». Почти 30 % опрошенных используют новомодные слова только в компании друзей и 8 % — в Интернете. Остальные отказались от молодёжного сленга и не используют его вообще. Самыми популярными стали слова: токсик, хейтить, чекать, флексить и агриться. Незнакомым для многих стало слово «шеймить».

**Заключение.** Каждая инновация первоначально проходит через среду разговорной речи, а затем только попадает в литературный язык. Образно говоря, литературный язык — это консерватор, а сленг — революционер. И каждый день появляются все новые и новые языковые единицы, многие из которых успевают войти и выйти из моды и употребления, прежде чем их успеют зарегистрировать в словарях, даже сленговых. Новое в лексике формирует динамику сегодняшней жизни, отражает реальное состояние языка, которое нельзя не замечать или обходить стороной только потому, что это не норма [4, с. 123].

Таким образом, изменение сознания личности в обществе, формирование нового образа жизни и мышления существенно влияет на языковую ситуацию. Речь идет о формировании нового стиля в русском языке — стиля общения, который не только является специфической особенностью современного сообще-

ства, но и серьезно влияет на речевое поведение всего социума в целом. Молодежный сленг — это неотъемлемая часть молодежной субкультуры, которая, в свою очередь, является частью культуры всеобщей. Мы можем бесконечно долго отрицать и порицать молодежный стиль общения, но его игнорирование является ошибкой. Ведь именно он определяет развитие современного разговорного языка. Молодые люди говорили, говорят и всегда будут говорить, отходя от литературной нормы. Сокращения, аббревиации и англицизмы — три основных понятия в деривации молодежного сленга нового времени. Понимание как письменного, так и разговорного языка молодежи, состоящего в своем большинстве из геймерского и социально сетевого сленга, с каждым годом представляет все большую сложность. По этой причине на данном этапе развития науки о языке планомерное изучение молодежного социолекта вызывает определенный интерес.

#### Список цитируемых источников

1. Ефремова, Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка Ефремовой [Электронный ресурс] / Т. Ф. Ефремова. — Режим доступа: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/>. — Дата доступа: 15.04.2021.
2. Валгина, Н. С. Активные процессы в современном русском языке / Н. С. Валгина. — М. : Логос, 2001. — 118 с.
3. Изюмская, С. С. Определение понятия «англицизм» в лингвистической науке [Электронный ресурс] / С. С. Изюмская. — Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/25\\_PNR\\_2012/Philologia/9\\_116098.doc.htm](http://www.rusnauka.com/25_PNR_2012/Philologia/9_116098.doc.htm). — Дата доступа: 16.04.2021.
4. Копытина, Н. Н. Молодёжный социолект как одна из форм существования французского языка / Н. Н. Копытина // Науч. ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер. «Гуманитарные науки». — 12-е изд., 2011. — С. 123—130.

УДК 821.111

Д. Н. Усс

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

### АНАЛИЗ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ЛИТЕРАТУРНОГО ГЕРОЯ Ф. ДАРСИ В РОМАНЕ «ГОРДОСТЬ И ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ»

**Введение.** Речевой портрет представляет собой набор свойственных персонажу слов и выражений как средство художественного изображения действующего лица. Создание речевого портрета персонажа связано с коммуникативным намерением писателя с помощью словесной детализации описать героя, его отличительные черты и особенности. Речевой портрет персонажа позволяет читателю более глубоко проникнуть в сущность конкретного образа, взглянуть на отражение интеллектуального и эмоционального мира автора произведения.

Для создания речевого портрета персонажа авторы чаще отдают предпочтение языковым особенностям лексического уровня. Это позволяет при помощи минимального набора языковых средств создать яркий образ героя. Объектом нашего исследования выступает речевой портрет персонажа Фицуильяма Дарси в романе Джейн Остин «Гордость и предубеждение» [1]. Предметом являются лексические средства, используемые для создания речевого портрета литературного героя в английском языке.

**Основная часть.** Речевой портрет может быть составлен читателем на основе анализа описания персонажа автором художественного произведения, другими литературными героями, а также поведения и речи самого персонажа. В ходе нашего исследования мы выделили репрезентативные характеристики Мистера Дарси.

Джейн Остин в общих чертах описывает внешность и характер Дарси: *tall, haughty, the superior rich, clever noble man, well bred, reserved, engrossed by his own thoughts, inflexibly studious*. По мнению автора Дарси представляет собой высокого мужчину приятной внешности, с благородной осанкой, он умен, начитан, хорошо воспитан. Несмотря на хорошее воспитание Дарси, понимая свое превосходство, не может относиться ко всем людям одинаково. Дарси внимательно подходит к выбору круга общения, проявляет высокомерность по отношению к людям, которые кажутся ему неинтересными. Автор акцентирует внимание читателей на том, что, несмотря на все преимущества и положительные черты характера Дарси, это не помогает ему в общении с окружающими.

Мистер Дарси характеризует себя как человека неспособного прощать и забывать обиды: *“I cannot forget the follies and vices of others so soon as I ought, nor their offences against myself. My feelings are not puffed about with every attempt to move them. My temper would perhaps be called resentful”*. Он очень осторожен и внимателен в общении с другими людьми, любит находиться в привычном для него круге лиц, которые соответствуют его уровню воспитания.

Мистер Бингли, близкий друг, характеризует Дарси как надежного и верного друга (*“Between him and Darcy there was a very steady friendship ...”*), на которого он мог положиться, и с чьим мнением Бингли считается (*“Bingley had the firmest reliance, and of his judgment the highest opinion.”*). Однако в то же время Бингли считает Дарси привередливым человеком (*“fastidious”*), который стремится быть идеальным во всем. Он так-