

ИЗУЧЕНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ НА ОСНОВЕ АКТУАЛЬНОГО СЛЕНГА

STUDY OF YOUTH LINGUAL CULTURE BASED ON ACTUAL SLANG

Русский молодежный сленг — это интересный феномен языка и культуры, который появляется у молодых людей от 12 до 22 лет. В XXI веке молодое поколение использует общеизвестные популярные фразы, которые отражают взгляды современной российской молодежи на политику, культуру, образование и многое другое. Целью данной статьи является исследование лингвокультурных молодежных явлений на основе анализа печатных (газеты, журналы), текстовых и видеоисточников (материалы из интернета), послуживших причиной формирования некоторых популярных фразеологизмов.

Была выбрана наиболее репрезентативная лексика из многочисленного сленга, которую мы классифицировали следующим образом:

1. Англоязычный сленг. а) *Лол* (от англ. *laughing out loud* — громко, вслух смеясь). Это англоязычный акроним, главным образом для выражения смеха в письменной форме; б) *хайпить*, *хайповый* (от англ. *hype* — расхваливать, рекламировать). Данные варианты активно используются в виртуальной сфере для придания популярности тому или иному действию или явлению.

2. Сокращенный сленг. а) *Жиза* — это сокращение от русского слова *жизнь*, *жизненно*. Иногда его трактуют как *проживание*; б) *Доза* — от словосочетания *домашнее задание*; в) *СПС* — сокращение от *спасибо*.

3. Молодежная субкультура. а) *Тян*. Оно пришло к нам из аниме, где в японском языке используется как приставка к имени девушки, обозначая «милая, красивая».

По результатам нашего исследования можно сделать следующие выводы.

1. Очевидно, что большая часть сленга составлена на основе английской лексики, часть неологизмов появилась в результате сокращения русских слов, и некоторая часть заимствована из молодежной субкультуры; 2. Краткий сленг более удобен в использовании и ускоряет передачу информации; 3. Слишком частое исполь-

зование сленговой лексики приводит к путанице или забыванию правильных грамматических и синтаксических форм; 4. Исследование и анализ молодежного сленга показали, что благодаря этому явлению молодые люди легче ориентируются в своей среде, а также активно взаимодействуют в рамках межкультурного общения.

Источники

1. Модные слова: 20 новых выражений молодежи [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. — Режим доступа: <https://www.kp.by/daily/26761.3/3790678/>. — Дата доступа: 23.11.2017.

2. Молодежный сленг. Какой он сейчас и нужно ли к нему приобщаться взрослым [Электронный ресурс] // activity.edu. — Режим доступа: <https://activityedu.ru/Blogs/interesting/molodezhnyy-sleng>. — Дата доступа: 26.09.2018.

<http://edoc.bseu.by/>

Ху Вейхан

Hu Weixang

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель С. Г. Барбук

ОБРАЗ «ЛИШНЕГО ЧЕЛОВЕКА» В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРАХ

THE IMAGE OF AN EXTRA PERSON IN CHINESE AND RUSSIAN LITERATURES

Термин «лишние люди» имеет два значения 1. Ист. В русской литературе XIX в. — тип людей, не умеющих найти применения своим силам и способностям в общественной жизни. 2. Книжн. Социально бесполезные, ненужные люди. Тема «лишнего человека» привлекала не только русских писателей, но и писателей по всему миру.

Объект данного исследования — русская литература XIX века и китайская литература. Предмет — произведение А.С. Пушкина «Евгений Онегин» и произведение Лу Синь «Одинокий». Цель исследования: проанализировать образ «лишнего человека» в русском и китайском произведениях, выявить сходства и отличия.