

Je n'ai plus très envie
(poème)
Je n'ai plus très envie
*D'écrire des **pohésies*** (вместо *poésies*)
Si c'était comme avant
*J'en **fairais*** (вместо *ferais*) *plus souvent*
Mais je me sens bien vieux
Je me sens bien sérieux
Je me sens consciencieux
*Je me sens **paressieux*** (вместо *pareseux*) [2, с. 49].

Нет больше желания
(поэма)
Нет больше желания
Писать **стихохворания**
Если б мог, как тогда,
Я творить без труда...
То писал бы я чаще стихами
Но, увы, стал серьезным и немощным я
И теперь не творю, а хвораю.

Намеренное фонетическое и графическое искажение формы слов не затрагивает их семантической стороны. Шуточные стихи ни к чему не обязывают. Балагурство — лишь способ выражения настроения автора (Б. Виана) как желания «пошалить» с формой и поделиться этим настроением с читателем.

Назначение языковой игры — юмор: рассмешить, поднять настроение адресата (читателя).

Как видим, языковая шутка находит свое место и в стихотворных произведениях, предоставляя автору возможность проявить индивидуальность стиля, находчивость как нестандартность образа мышления.

Источники

1. Le petit Larousse illustré 2002 (en couleurs). — Paris : Larousse / Vuf, 2001. — 1786 p.
2. *Kaneman-Pougatch, M.* Plaisir des sons / М. Kaneman-Pougatch, Е. Pedoya-Guimbretière // *Phonétique du français: enseignement des sons du français.* — Paris : Alliance française, Hatier / Didier, 1991. — 191 p.

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

Л.И. Шпаковская, ст. преподаватель
Ludmila221270@mail.ru
БГЭУ (Минск)

ИНОСТРАННЫЕ СЛОВА В РЕЧИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: ДАНЬ МОДЕ ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?

Процесс заимствования новых слов — явление естественное, а в некоторых случаях даже необходимое. Заимствование слов из других языков может привести как к улучшению культуры речи, так и к ее ухудшению, засорению языка. Сейчас мы наблюдаем ситуацию, когда количество иностранных слов в повседневной речи современной молодежи из года в год увеличивается. В первую очередь это связано с тем, что в последние

десятилетия наблюдается особенное увеличение притока иностранных слов в русский язык, в большей степени из английского языка. Современная молодежь, которая активно пользуется компьютерными ресурсами и социальными сетями, знает английский язык на достаточно хорошем уровне.

Молодые люди, используя английские слова в своей речи, обыгрывают и переименовывают заимствованные лексемы, которые основываются на фонетическом сходстве слов в английском и русском языках (англ. *cross* — кроссы, *repost* — репостнуть, *check in* — зачекиниться, *virus* — завируситься, *chat* — чатиться, *club* — клубиться, *ignore* — игнорить). Целью такой переделки является намеренное искажение заимствованного слова, таким образом, добавляется ироничный оттенок в значение данного слова. Но основное значение языка-источника, как правило, сохраняется [1, с. 191].

Активное использование иностранных слов в речи современной молодежи стало очень модным. С одной стороны, это объясняется созданными в молодежном сообществе стереотипами, идеалами (бэби, лузер, тинейджер, респект, мейкап). С другой стороны, многие слова иностранного происхождения служат для общения в дружеских кругах и социальных сетях (лайк, селфи, репост, мейнстрим). Употребление всех этих слов носит негативный характер, поскольку все это — дань моде. Но в то же время нужно отметить и необходимое использование иностранных слов в молодежной среде. С развитием компьютерных технологий и появлением большого количества мобильных приложений иностранные слова пополняют словарный запас молодежи.

Таким образом, употребление иностранных слов в речи современной молодежи как дань моде носит негативный характер, поскольку снижает речевую культуру и засоряет русский язык.

Источник

1. Шпакоўская, Л.І. Запозычаная лексіка ў сучаснай беларускай літаратурнай мове: сфера функцыянавання і ступень адаптацыі / Л.І. Шпакоўская // Управление в социальных и экономических системах : материалы XXIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15 мая 2014 г. / редкол.: Н.В. Суша (пред.) [и др.] ; Минск. ин-т упр. — Минск, 2014. — С. 191.

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

Н.М. Эдвардс, канд. пед. наук, доцент
nedwarn@gmail.com
БГЭУ (Минск)

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АМЕРИКАНСКИХ СПОРТИВНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В БИЗНЕС-ДИСКУРСЕ

В последние годы усиливается интерес к вопросам, связанным с функционированием фразеологизмов в различных коммуникативных дискурсах. Главным образом это связано с развитием бизнес-контактов между представителями разных культур, коммуникация с которыми требует знания не только официального английского языка (как доминирующего в бизнес-среде), но и понимания партнеров на более глубоком, фразеологическом уровне.

Во многих исследованиях отмечается, что в межличностной англоязычной коммуникации бизнес-сферы активно используются спортивные фразеологизмы. Американский спортивный контекст обогащает бизнес-дискурс фразеологизмами не столько лексически, сколько прагматически, привнося новые, более мощные эмоциональные и оценочные доминанты. Способность фразеологизмов производить мощный коммуникативный эффект