

ван в международном бизнес-развитии. Быть предпринимателем в таком понимании — это черпать знания из всех источников и извлекать из этого прибыль с использованием профессионализма, бдительности и осторожности, но не в ущерб так называемым «обычным знаниям» — правилам этикета и приличия, к которым ныне стоит добавить понимающие решения еще и задач экологии.

Таким образом, глобализация взаимопроникновения культуры и международного бизнеса требует и постепенно находит выражение в глобализации горизонта мышления всех участников международных экономических отношений.

### Источники

1. *Брэнсон, Р.* В поисках невинности: новая автобиография : пер. с англ. / Ричард Брэнсон. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 616 с.
2. *Громова, Л. А.* Этические модели экономического поведения / Л. А. Громова. — СПб. : Питер, 2015.
3. *Лисс, Э. М.* Деловые коммуникации / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. — М. : Дашков и К<sup>о</sup>, 2018. — 342 с.
4. *Шеламова, Г. М.* Деловая культура и психология общения / Г. М. Шеламова. — М. : Академия, 2018. — 189 с.
5. *Киган, Р.* Культура для каждого. Как стать организацией осознанного развития / Р. Киган, Л. Лэйхи. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 185 с.

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

**И. С. Сидорчук**, ст. преподаватель  
*english1311@yandex.ru*  
БГЭУ (Минск)

## АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В УСТНОЙ РЕЧИ СТУДЕНТОВ

Английский язык сегодня является лидером по числу заимствований в русский язык. Традиционно процесс заимствования происходит по объективным причинам, к которым можно отнести естественное взаимопроникновение языков в условиях глобализации; заимствование профессиональной лексики и терминологии, которая носит интернациональный характер; информационные технологии; свою роль играет и статус английского языка как международного.

Если говорить о такой социально-демографической группе, как студенты, то это в основном люди от 18 до 23 лет, которые активно общаются посредством мессенджеров, электронной почты и социальных сетей; охотно путешествуют по миру и изучают языки; быстро адаптируются к изменениям в окружающем мире и еще быстрее ассимилируют новую заимствованную лексику. По результатам опроса 60 студентов 2–4-го курсов БГЭУ были определены основные причины заимствования английской лексики в разговорный язык: 1) это помогает быть «на одной волне» со сверстниками и быстрее понять суть сказанного («ок»/«окай» вместо «хорошо», «я согласен», «я понял», «я приду/помогу/смогу ...»); 2) не всегда удается быстро вспомнить и подобрать нужное слово из русского языка («фэйк» вместо «поддельный, ненастоящий, вымышленный, сфальсифицированный» и др.); 3) английское слово или фраза может быть более емкой по смыслу, но звучать гораздо короче («рофлить» вместо «смеяться от души, до упаду», «кататься по полу от смеха»); 4) английские заимствования делают вашу речь более современной, модной («хайповый» вместо «модный, популярный»).

В молодежной среде освоение заимствованных слов происходит очень быстро, за короткий срок они приобретают морфологические и грамматические особенности русско-

язычной лексики. Основные тематические и грамматические группы заимствований в речи студентов включают:

1) названия людей / обращения: «*пиллы*» — люди, «*бро*» — брат, друг, «*олды*» — люди старшего возраста, «*хейтер(ы)*» — недоброжелатель, «*фоловер(ы)*» — единомышленник, подписчик, «*фрэнды*» — друзья. Эти заимствования имеют категорию рода и множественного числа, хотя не все из них являются существительными в английском языке («*олды*»);

2) названия предметов, явлений, вещей: «*ачивка*» — достижение, «*стрим(ы)*» — прямой эфир, «*вайн(ы)*» — короткое видео, «*мейкап*» — макияж, «*пати*» — вечеринка, тусовка, «*вэйп*» — электронная сигарета, «*фан*» — веселье, развлечение, «*лайфхак(и)*» — полезный совет, маленькая хитрость, «*вайб*» — настроение, атмосфера, «*трабл(ы)*» — проблемы, «*хайп*» — шумиха; то, что модно, «*мем(ы)*» — шутка, основанная на подражании, «*инсайт*» — озарение, «*флэшбэки*» — воспоминания, «*скил(ы)*» — умение. Эти слова появились в русском языке способами транскрипции и транслитерации, при этом некоторые из них утратили свои грамматические свойства (party/parties — «*пати*»), а некоторые приобрели («*ачивка*» — женский род, «*лайфхак*, «*стрим*, «*трабл*, «*скил*» — мужской род);

3) слова, имеющие эмоционально-оценочную окраску: «*краш*» — предмет обожания, «*кринж*» — стыд и неловкость за чье-то поведение, «*трэш/трэшовый*» — из ряда вон выходящий, «*факан*» — неудача, провал, «*топовый*» — самый лучший, «*анрил*» — невозможный, невероятный/классный, поразительный, «*аут*» — сложная жизненная ситуация, «*криповый*» — страшный, жуткий. В процессе освоения прилагательные начинают изменяться по лицам, числам и родам;

4) сокращенные слова: «*кондёр*» — кондиционер, «*комп*» — компьютер, «*варик*» — вариант, «*ава*» — аватарка, «*инфа*» — информация, «*дэза*» — дезинформация;

5) глаголы: «*чилить*» — отдыхать, «*апать*» — поднимать сообщение вверх, «*хэйтить*» — выразить ненависть, «*скипать*» — пропускать, «*чекать*» — проверять, «*юзать*» — использовать, «*сёрфить*» — пользоваться интернетом, «*шипперить*» — представлять кого-то парой, в отношениях, «*хайпануть*» — прославиться, «*шерить*» — делиться, «*банить*» — блокировать, «*чекиниться*» — отметить, «*сёрчить*» — искать. Некоторые глаголы образованы уникальным способом: «*апать*» от наречия/предлога up; «*чекиниться*» от фразового глагола check in; «*шипперить*» от части существительного relationship. При этом глаголы проходят полную грамматическую ассимиляцию и могут изменяться по числам и лицам, временам, видам и наклонениям: «*захэйтить*», «*прочекай*», «*отлайкаю*», «*зачекинилась*», «*просёрчим*», «*зафрэндишь*», «*расшэрил*».

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

И. Н. Чугай, преподаватель  
Iryna76minsk@gmail.com  
БГЭУ (Минск)

## ПОВЫШЕНИЕ МОТИВАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА С ПОМОЩЬЮ ЗАДАНИЙ, СОВЕРШЕНСТВУЮЩИХ КРИТИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ

В связи с появлением глобальной и интерактивной системы коммуникации и широким применением информационно-коммуникационных технологий в образовательном процессе БГЭУ считается важным изучение и применение навыков развития критиче-