

ЯЗЫКОВОЙ МЕНТАЛИТЕТ ПОКОЛЕНИЙ X–Y–Z

Фесенко Т. А., Назар Р. Н.

ФГБОУ ВО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры»

Аннотация. В статье рассматривается важность и актуальность употребления неологизмов и жаргонизмов в современном мире. Исследуются изменения в произношении отдельных социальных групп, в результате которых определяется преобладание ситуативного аспекта исследования речи, и условия их практического применения.

Ключевые слова: жаргон, сленг, поколения, неологизмы, язык, заимствования, Интернет, лексика, речь.

Язык – живой, он нужен для того, чтобы обслуживать сегодняшние потребности в общении и поэтому просто обязан меняться с той же скоростью, с которой меняется мир вокруг. Меняются времена, меняется лексика, а вместе с ней ценности и правила жизни. Попробуем понять, как менялся язык разных поколений с течением времени.

Возраст говорящего, наряду с его гендерной и социальной принадлежностью, является значимым внеязыковым фактором, обуславливающим языковую вариативность. Язык представляется отражением социальной стратификации. Значительное количество современных исследований посвящено изучению языка молодежи или молодежного жаргона и сленга.

Конечно, деление на поколения весьма условно, но, тем не менее, в образе жизни и способах общения людей, родившихся в один и тот же период, можно найти общие черты. Разделительной чертой является

наличие информационных технологий, а точнее Интернета. Так, поколение X называют доинтернетным, поколение Y – это поколение, активно использующее Всемирную паутину, а поколение Z родилось в новой реальности, для которого жизнь без Интернета не существует. Буквенные обозначения поколений используются в демографии, социологии, маркетинге, рекламе и журналистике.

X–Y–Z похожи на отцов, детей и внуков и поэтому могут понять различия в ценностях, жизненных ориентациях и речи. Отцам и детям трудно понять друг друга, потому что они по-разному называют одни и те же вещи: слова, которые были популярны у поколения X, выросшего в 1970-е годы, кажутся странными поколению Y, выросшему в 1990-е. И над ними смеется поколение Z – современные подростки [1].

Причина рассмотрения неологизмов в рамках поколенческой теории обусловлена тем, что в последние десятилетия эта теория не только получила широкую известность в СМИ и журналистике, но и ее основы повсеместно используются в маркетинге и рекрутинге. Если эти давние конфликты поколений происходят по одним и тем же причинам, то очевидно, что каждое поколение обладает отличительными характеристиками, которые можно выявить и классифицировать. То, что люди разных возрастных групп склонны думать и вести себя по-разному, видно, как из личной, так и из общественной жизни.

Между людьми, принадлежащими к разным поколениям, часто возникают конфликты. Однако стоит отметить, что подобные явления сопровождали всю историю человечества. Например, в V веке Сократ сказал: *«Нынешняя молодежь привыкла к роскоши, она отличается дурными манерами, презирает авторитеты, не уважает старших, дети спорят со взрослыми, жадно глотают пищу, изводят учителей»*. Тезисы,

высказанные много лет назад, во многом схожи и созвучны тому, что можно услышать от старших поколений и сегодня.

Меняется со временем все: произношение слов, словообразование, употребление грамматических форм, построение предложений и словосочетаний и, конечно, лексика, которая меняется быстрее всего, можно сказать на глазах.

Есть слова, которые устаревают и выходят из употребления потому, что предметы и явления, которые они обозначают, уходят в историю. Каждое поколение в определенный период истории употребляет свои слова. Кто сегодня говорит «*фарцовщик*» или «*достать*» в значении «*раздобыть*»? Язык А. С. Пушкина современные дети недопонимают, и нельзя их за это осуждать – они живут в другую эпоху, когда исчезли не только слова, но и реалии пушкинских лет. «*Бразды пушистые взрывая, летит кибитка удалая*». Какие кибитки, ямщики, бразды и где это – на облучке?

А бывает наоборот, слова исчезают, заменяются новыми, хотя реалии остаются. Сейчас все привыкли говорить «*менеджер*», хотя это переводится «*управляющий*». Когда-то слово «*управляющий*» в русском языке полноценно функционировало, но сейчас используется очень редко. «*Горсобес*» сейчас не говорят, а говорят «*управление соцащиты*». «*Сберкасса*» или «*Сбербанк*» тоже не употребляют – нынче это «*Сбер*» и т. д.

Старое поколение какое-то время помнит устаревшие слова, использует их в речи. Молодежи эти слова нужны так, для общего развития, но уже не для коммуникации. А у молодого поколения появляются новые слова.

И заимствования из английского языка – англицизмы, которых очень много. Сменился общественный строй, пришел капитализм, рыночные

отношения, вот и заимствуются слова типа *маркетинг*, *краудфандинг*, *фрилансер* и пр. Наука и техника сделали рывок – тоже полно заимствований: *ноу-хау*, *браузер* и др. Из других сфер тоже перенимаются слова, потому что мир стал более открытым. Старшее поколение может потеряться в подобной лексике и не понимать ее – так же, как молодое не понимает устаревшие слова [2].

Первая половина XX века – это кладезь событий. И все они нашли отражение в словарях того времени. Если в начале столетия еще встречаются приметы «старой эпохи» в виде слов – «*соизвольте*», «*сударь*», «*мотор*» вместо «*автомобиль*» и «*авиатор*» вместо «*летчик*», то молодежь нового советского государства почти не использует выражения «*покорнейше благодарю*», «*с кем имею честь?*», «*разрешите откланяться*».

На смену старому языку приходит совершенно новый, на котором говорит поколение победившей революции. Этот период характеризуется заметным ростом интереса к политической жизни, что сразу же отражается в словарном запасе. В ней появляются такие слова, как «*буржуазия*», «*интернациональный*», «*анархист*», «*демонстрация*», «*комитет*» и многие другие. Удивительно, но в разговорном языке таких слов раньше не было.

Еще одной тенденцией времени стало использование аббревиатур. Сокращались даже те слова, которые не нуждались в сокращении. Как будто в спешке все слово проглатывалось целиком, оставляя только первую букву.

При изучении вариативности устной речи невозможно отказаться и от стратификационного аспекта, так как исследование речевого поведения представителей различных социальных и возрастных групп в разнообразных ситуациях общения в состоянии дать наиболее полную

картину функционирования данного языка, широкого спектра его вариативности [3]. В противном случае, как и прежде, мы можем делать выводы только об особенностях произношения абстрактных носителей языка, входящих в однородную группу говорящих.

Исследования изменений в произношении отдельных социальных групп определяют преобладание ситуативного аспекта исследования речи.

Изменения в речи в различных коммуникативных ситуациях могут быть характерны не только для представителей той или иной социальной группы. Вполне возможно, что в речи представителей разных социальных групп существуют сходные формы произношения, а их распространение и распределение обусловлено другими социальными факторами.

Список литературы

1. Воронцова, Ю. А. Теоретическая основа теории поколений / Ю. А. Воронцова / Ученые записки Орловского государственного университета, 2016. – С. 268–273.

2. Дьяков, А. И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке / А. И. Дьяков Язык и культура – Новосибирск, 2003. – С. 35–43.

3. Юнаковская, А. А. Разговорная речь носителей массовой городской культуры / А. А. Юнаковская. – М. : Аспект Пресс, 2007 – 198 с.