

любим из пользователей. Это очень важная характеристика, которая позволяет искать нужные слова в кратчайшие сроки и без дополнительных энергозатрат.

Твиттер является источником новых, еще практически никем не описанных англоязычных сленгизмов. Задача исследования – выявить и охарактеризовать такие сленгизмы. Было найдено порядка 25 сленгизмов, которые имеют англоязычное происхождение, их главным отличием от других сленгизмов является использование только в данном ресурсе. Первые сленгизмы появились в 2007 году: *репорт* ‘(от англ. *report*)’, *ретвит* ‘(от англ. *retweet*)’, *реплай* ‘(от англ. *reply*)’, *био* ‘(от англ. *biography*)’. В 2009 году впервые зафиксированы *замьютить* ‘(от англ. *mute*) поставить в игнорирование определенного пользователя или его твит, чтобы не видеть его в своей ленте’, *флор* ‘(от англ. *flop*) провал, неудача’, *крини* ‘(от англ. *creepy*)’. В 2010 году: *ирл* ‘(от англ. *in real life*)’. В 2012 году: *юн* ‘(от англ. *your name*)’, *юз* ‘(от англ. *user name*)’, *юн* ‘(от англ. *user picture*)’. В 2013 году: *кринж* ‘(от англ. *cringe*) чувство стыда из-за чьих либо действий или слов’, *краш* ‘(от англ. *crush*)’, *шейдить* ‘(от англ. *shade*) скрыто подколоть; завуалированная подколка’, *сабтвит* ‘(от англ. *subtweet*) ответ на твит пользователя, без указания самого пользователя; используется для скрытого осуждения или обвинения’. В 2015 году: *релейчу* ‘(от англ. *relate*) выражение согласия, одобрения’. В 2016 году: *софтблок* ‘(от англ. *soft block*) способ отписки пользователя с помощью добавления в черный список, после этого происходит моментальное удаление из него’. В 2018 году: *мьючалка* (*мьючуалка*) ‘(от англ. *mutual*)’. В 2019 году: *умфис* (*умфс*) ‘(от англ. *one of my followers (oomf)*)’. Особый интерес вызывает тенденция употребления данных сленгизмов. Например, *кринж* использовалось всего 3 раза в 2013 году, но уже 48 – в 2016 году, в 2019 году 336 раз, а вот за 3 месяца 2020 года – 349 раз, что уже превышает статистику предыдущего года. Такие слова, как *юн*, *юн*, *юз*, уже в 2012 году были использованы более 1000 раз, а в 2019 году эта цифра возросла почти в 10 раз.

Таким образом, Твиттер является прекрасной средой для заимствования слов из разных языков, так как объединяет в себе пользователей, говорящих на различных языках, и позволяет проводить подобные исследования для нахождения интересных и необычных сленгизмов.

Г. Родионов

КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННЫЕ ЗНАКИ БЕЛОРУССКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЫ НА ИДИШЕ

Объектом нашего исследования послужили 84 культурно-маркированные лексические единицы, отобранные посредством сплошной выборки из текста романа Моисея Кульбака «Зелменяне» на идише и его перевода на русский язык.

Произведена семантическая классификация отобранных лексических единиц. В результате было сформировано 8 семантических категорий. Из них наиболее широко представленными оказались: 1) номинации, репрезентирующие религиозные обряды, праздники и церковную атрибутику (42 ЛЕ – 50 %): *синагога* – *עמסעבשע*, *молитвенник* – *רפייס*, *кадиш* – *קעש*, *талес* – *תלת*, *Tora* – *תורה*, *шабат* – *שבת* и многие др.; 2) номинации профессий и видов деятельности (10 ЛЕ – 11,9 %): *кожевник* – *אבראג*, *клезмер* – *קעמזעלעק*, *резник* – *שעכיוש*, *портной* – *קעוואלק*, *водовоз* – *טעקנאט*, *часовщик* – *זעכאמ-זעגער*, *столяр* – *שזאשז*, *мясник* – *קעצאק* и др.; 3) наименования блюд национальной кухни (7 ЛЕ – 8,3 %): *леках* – *קעקעל*, *хала*, *фишбульбе* – *עבלובשיפ*, *селедка* – *גערע*, *красное вино* – *רויין טייך*, *яйцо* – *אײ*, *картофельная запеканка* – *קעקעלע פאר אפאטרעק*.

В ходе анализа лексического состава каждой из категорий было замечено, что в категориях «профессии и виды деятельности», «блюда национальной кухни» представлены не только номинации, связанные исключительно с еврейской культурой, но и коннотативно специфическая лексика, отличающаяся отношением и оценкой представителей разных культур к понятиям, обозначаемым ею. Так, в категории «блюда национальной кухни» представлены лексические единицы *селедка* *גערע*, *красное вино* *רויין טייך* и *яйцо* *אײ*. Данные понятия присутствуют не только в еврейской, но и во многих других культурах стран мира, однако в данном случае вышеперечисленные примеры ассоциируются у евреев, прежде всего, с праздником *Песах* *פסח*. Аналогичные примеры можно привести и в категории «номинации профессий и видов деятельности»: лексемы *кожевник* *אבראג*, *резник* *שעכיוש*, *портной* *קעוואלק*, *часовщик* *זעכאמ-זעגער* и др. ассоциируются с профессиями, наиболее распространенными в еврейских местечках, называемых *штетлами* *שטעטל* и составляющими основу ремесленничества данной культуры.

Выявлены закономерности перевода культурно-маркированных лексических единиц. Так, в наиболее широко представленной категории «религиозные обычаи, традиции и церковная атрибутика» преобладающим приемом перевода является транслитерация, а в случае с культурами иврито-арамейского происхождения – транскрипция. В частности, слова *кадиш* *קעש*, *неила* *הליען*, *шмонэ-эсрэ* *הנומש-הרשע* и *маарив* *ברעמ* относятся к названиям традиционных еврейских молитв, однако использование эквивалента (пусть и гиперонима) *молитва* при переводе на русский язык было бы неуместно ввиду отличительных особенностей каждой из них: в частности, молитва *шмонэ-эсрэ* *הנומש-הרשע* является основной в иудаизме и произносится утром, *маарив* *ברעמ* читается вечером, тогда как *неила* *הליען* произносится в День искупления (Йом-кипур). Молитва *кадиш* *קעש* имеет несколько видов: в романе «Зелменяне», в частности, имеется в виду молитва «Кадиш сироты», читаемая в течение года с момента смерти близкого родственника.

В ходе проведенного исследования нами установлен корпус культурно-маркированных единиц в тексте белорусского романа на идише, выявлены их функциональные особенности, а также закономерности перевода данных культурно-маркированных лексических единиц на русский язык.

А. Савинич

КИТАЙСКИЕ ИЕРОГЛИФЫ: ЛИНГВИСТИКА КАЖДОГО ДНЯ

На фоне растущего в мире экономического и культурного интереса к Китаю возрастает популярность китайского языка, особенно среди молодежи. На улице, в Интернете все чаще можно увидеть татуировки и одежду с китайскими иероглифами.

Источниками материала послужили сайты https://tattoo-phrase.ru/ru/chinese_tattoos/ и <https://www.fatline.com.ua/man/ieroglify.html>, откуда посредством сплошной выборки было отобрано 100 контекстов с использованием китайских иероглифов на предметах одежды и в качестве татуировок.

С целью выяснения особенностей восприятия иероглифов респондентами, не владеющими китайским языком, нами был проведен опрос среди первокурсников переводческого факультета, факультета межкультурных коммуникаций, факультетов немецкого языка и романских языков МГЛУ. Было предложено ответить на вопрос: «Как Вы воспринимаете китайские иероглифы?». Из 243 опрошенных большинство (133 человека, или 54,7 %) ответили, что для них иероглифы представляют собой исключительно рисунки, 90 студентов (37 %) считают, что иероглифы – это слова, 18 опрошенных (7,4 %) проголосовали за буквы, 2 человека (0,8 %) – за слоги.

В ходе целенаправленного опроса выявлены также причины популярности иероглифов, среди тех, кто не владеет китайской иероглификой: 1) красота и необычность этих знаков; 2) возможность выразить любую мысль, скрыв ее от посторонних; 3) интерес к Азии и азиатской культуре; 4) мода; 5) оберег; 6) напоминание об обещании, данном самому себе и др. Чаще всего респонденты отмечали потенциал использования криптографии: возможность спрятать значение слова или фразы за красивым иероглифическим начертанием.

Выявлены следующие семантические группы используемых иероглифов:

1) пожелания для привлечения чего-либо (наиболее частотны): 财富 *cáifù* ‘богатство’, 美 *měi* ‘красота’, 幸运 *xìngyùn* ‘удача’, 健康 *jiànkāng* ‘здоровье’, 幸福 *xìngfú* ‘счастье’, 快乐 *kuàilè* ‘радость’, 力量 *lìliàng* ‘сила’;

2) номинации чувств, взаимоотношений между людьми: 爱 *ài* ‘любовь’, 家庭 *jiāting* ‘семья’, 兄弟 *xiōngdì* ‘братья’, 友情 *yǒuqíng* ‘дружба’, 朋友 *péngyǒu* ‘друг’;