

7.5.

Иноязычные заимствования

В 90-е годы XX столетия одним из наиболее активных и социально значимых языковых процессов оказался процесс заимствования иноязычных слов.

Иноязычное слово, чаще всего английское, в современном русском контексте - это одна из примет «языкового вкуса эпохи».

Русский язык всегда был **открыт для заимствований**, в его лексике большой процент составляют иноязычные слова разного происхождения. Многие из них настолько прижились в русском языке, ассимилировались им, подчинившись русской грамматике (приняли формы словоизменения и создали словообразовательные гнезда), что воспринимаются как вполне русские (*свекла, кровать, деньги*).

В **разные эпохи** приходили к нам разные «чужие» слова. Заимствования были требованием жизни. Например, развитие кораблестроения, инженерного дела, различных ремесел привело в русский язык голландские и английские морские термины, технические и канцелярские немецкие и др. Но были заимствования, которые диктовались модой, как, например, французские заимствования XVIII - начала XIX вв., когда в светской аристократической среде культивировался французский язык, стиль и обычаи галантного общества.

Современная тяга к заимствованиям воспроизводит эти **две исторические линии**:

- с одной стороны, это действительно потребности в корне изменившейся жизни (смена политических, экономических, идеологических ориентиров),
- с другой - американомания, когда привлекательными оказываются не только технические новшества, но и стандарты жизненного уровня, манера поведения и общения, вкусы. Сейчас английские слова вытесняют не только русские, но и слова других языков, ранее заимствованные и вполне прижившиеся в русском языке (например: *сэндвич* вместо нем. *бутерброд*; *слоганы* вместо нем. *лозунги*; *хит* вместо нем. *шлягер*; *аниматор* вместо фр. *мультипликатор*; *дисплей* вместо фр. *экран* и др.).

В конце века были созданы благоприятные **условия для международных контактов**; российское общество стало более открытым и предрасположенным к таким контактам.

В новых социальных и политических условиях активно проявились причины, приведшие к неизбежности заимствований. Тем более что само **отношение к заимствованиям** в новых условиях, примерно с 60-х годов, и в особенности в 90-е годы, изменилось. Оно стало более терпимым.

Раньше в связи с официальной установкой на борьбу «против низкопоклонства перед Западом» в период борьбы с космополитизмом в нашей стране (40-е годы) не только не принимались новые заимствования, но изгонялись насильственным путем из речевой практики уже укоренившиеся иноязычные слова как идеологически чуждые. В самом факте заимствования усматривались антипатриотические тенденции и устремления. Теперь же, когда стиль нашей жизни резко изменился, когда широкое распространение получили аудио- и видеотехника, компьютер, Интернет, иноязычное слово стало

неотъемлемой частью словаря даже на бытовом уровне, не говоря уже об уровне специальном, научно-техническом.

Само слово *Интернет*, заимствованное из английского языка, расшифровывается как «international net» и в переводе на русский означает «всемирная сеть». Технический и информационный взрыв конца XX в. сделал неизбежным международный обмен информацией, что было бы затруднительным без единого языкового кода, чем и является в данном случае интернациональная терминология. Таким образом, потребность в словесном обозначении новых понятий и явлений действительности и отсутствие в русском языке адекватных наименований неизбежно привели к заимствованиям интернациональной лексики, которая в большей своей части представляет прямые заимствования из английского языка.

Однако на этой волне удовлетворения потребностей языка всплыло много **словесного хлама**, ненужного, засоряющего язык. Иностранное слово стало не только необходимым, нужным, но и привлекательным, престижным. В таком случае мера и избирательность в применении иноязычной лексики начинает утрачиваться. Побеждает общий настрой, мода, желание быть «наравне с веком».

Вот некоторые лексические параллели, свидетельствующие об отсутствии необходимости в заимствовании, поскольку существуют лексические эквиваленты (правда, иногда несколько огрубленные): *конверсия - преобразование, стагнация - застой, консенсус - согласие, соглашение, имидж - образ, хлопчатобумажный - хлопчатобумажный, реперный - ключевой, важный, транспарентный - прозрачный*. Среди эквивалентов есть и ранее заимствованные слова: *пресс-конференция, инструктаж* (из лат. яз.) - *брифинг; авторитет, популярность* (из лат. яз.) - *рейтинг; реклама* (фр.) - *паблисити; спектакль* (фр.) - *шоу*. Правда, сопоставляемые аналоги не всегда равноценны (есть различия между брифингом и инструктажем или между имиджем и образом), но ведь эти дополнительные оттенки смысла могли бы развиваться в соответствующих контекстах, и не было бы нужды в заимствовании.

В настоящее время **заимствование представлено широко во всех сферах жизни** - политической (преобразования в государственном и партийно-политическом устройстве),

- экономической (переход на рельсы рыночной экономики),
- финансовой (появление банков, новой кредитно-финансовой системы),
- в сфере предпринимательской деятельности (развитие профессиональной деятельности как интеллектуальной деятельности в период складывающихся рыночных отношений),
- технической (развитие видеотехники, компьютерной техники, Интернет),
- бытовой (влияние в стиле одежды, времяпрепровождения),
- в сфере поп-искусства и спорта (социально-психологический настрой на принятие нового, «иног» мира, ранее запретного), и др.

Среди наиболее употребительных **заимствований в 90-е годы XX столетия** можно назвать слова: *аутотренинг, аэробика, бартер, бейсик, брейк, ваучер, видеодиск, видеоклип, героин, гиперинфляция, гуманоид, дезодорант, дисплей, дилер, дискета,*

диск-жокей, дискомфорт, имидж, интраверт, инаугурация, инклюзивный, китч, клип, кока-кола, ламбада, листинг, луна-парк, макияж, марихуана, маркетинг, мафиози, менеджмент, оффшор, рейтинг, репринт, рокеры, скейтборд, спонсор, сушид, телекинез, телефакс, тинейджер, трейлер, триллер, ушу, ферма, файл, харизма, хеппенинг, хостис, шей-пинг, шоумен, шоу-бизнес, эксклюзивный, экстраверт, экстрасенс, пиар.

Многие из этих, и подобных, слов оказываются производящими основами (ср. пиар - пиарщик), что свидетельствует о внедрении иноязычного в русскую словообразовательную систему, например: *Он мастерски творил свой пиар, обнаруживая при этом удивительную гибкость в выборе союзников* (АиФ, 2000, № 42); *Говорят, что Сергей Владиленович щедро оплачивает услуги пиарщиков и полит-консультантов* (АиФ, 2000, № 42); *На губернатора Руцкого компромата нет. Но «пиарщики» в кавычках заходят с другого края. Можно оболгать жену* (АиФ, 2001, № 2).

О чрезмерной тяге к «чужому» слову свидетельствует современная тенденция к использованию вместо русского слова - иноязычного. Хорошей иллюстрацией служат вывески города. Обычный магазин или универсам сменили названия *шоп* (shop), *супер-шоп*, *супермаркет*, *мини-маркет* (по образцу иностранного - *продмаркет*, *суперпродмаг* и даже *суперсельпо*); активно представлено и название *бутик* (фр. - *торговая лавочка*), которое в русском употреблении «повысилось в ранге» - это обозначение модного, элитного салона-магазина, где предлагаются дорогие товары, изготовленные в малых количествах экземпляров.

Причины активного иноязычного заимствования в последнее десятилетие XX в. известны и вполне объяснимы. Все они определяются воздействием социального фактора.

Многие из частных причин имеют объективный характер, другие - субъективный, но не индивидуально-субъективный; поэтому все новые заимствования можно разделить на две категории:

- необходимые, неизбежные, отчасти даже отвечающие потребностям самого языка, так как вписываются в основные тенденции его развития (например, отвечающие действию закона речевой экономии: *снайпер* - русск. *меткий стрелок*; *стайер* - *бегун на длинные дистанции*; *сейф* - *несгораемый шкаф*), и
- заимствования, не отвечающие требованиям необходимости, заимствования, которых можно было бы избежать при ситуации более бережного отношения к природному русскому слову. Однако степень интенсивности процесса оказалась столь велика, что разумное, разборчивое отношение к нему оказалось «не по силам» зашоренному прежде рамками госграницы обществу.

При более дифференцированном подходе к определению **причин заимствования** выделяют обычно следующие:

1. **Потребность в наименовании новых вещей, явлений, понятий:** *компьютер*; *блейзер* (особого покроя приталенный пиджак); *грант* (денежное пособие, выдаваемое специальными фондами и предназначенное для материального обеспечения научных исследований); *дайджест* (особый вид журнала, содержащий краткое изложение

материалов из других изданий); *хостис* (больница для безнадежных больных); *эвтаназия* (облегчение процесса умирания обреченных больных); *транссексуал* (человек, изменивший свой пол на противоположный); *телефакс*, *факс* (вид телефонной связи).

2. Необходимость в разграничении понятий: *визажист* (от фр. *visage* - лицо) и ранее заимствованное *дизайнер* (художник-конструктор, от англ. *design* - замысел, чертеж, проект); *плейер* (от англ. *to play* - играть) и русск. *проигрыватель* (плейер - компактный проигрыватель с наушниками, проигрыватель - аппарат для воспроизведения музыки на пластинках). Разграничению понятий служат и некоторые ранее заимствованные термины: *сервис* и *обслуживание*, *комфорт* и *уют*, *информация* и *сообщение*.

3. Необходимость в специализации понятий: *маркетинг* (рынок), *менеджмент* (управление), *аудит* (ревизия, контроль), *риэлтер* (предприниматель, занимающийся недвижимостью), *папарацци* (назойливые репортеры светской хроники), *киллер* (профессиональный, наемный убийца), *лизинг* (арендная сдача с выкупом по мере дохода).

Специализация наименований может быть в высшей степени дифференцированной. Например: *спонсор* - лицо, оказывающее финансовую поддержку; *меценат* (старое заимств.) - богатый покровитель; *импресарио* - предприниматель, устроитель зрелищ; *продюсер* - доверенное лицо кинокомпаний; *антрепренер* - частный театральный предприниматель; *промоутер* - тот, кто способствует продвижению на рынке, покровитель, патрон.

Интересно в этом смысле разумное обращение к иноязычному термину, общепринятому в литературной практике, *электорат*, который вытеснил русское слово избиратели. Электорат (лат. *elector* - избиратель) как термин в современной российской ситуации оказался более удобным и точным в сравнении с термином избиратели, так как он означает «круг избирателей, голосующих за какую-либо политическую партию», т.е. каждая партия на выборах имеет своего избирателя. В советское время такое различие в смысле не имело значения, так как выборной была одна-единственная партия. Теперь же, при изменении избирательной системы в стране, общее понятие «избиратели» оказывается неточным. К сожалению, в Словаре С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой (1999) этот оттенок значения в слове «электорат» не зафиксирован (см. формулировку: «*Избиратели, участвующие в выборах в государственные или другие крупные общественные структуры*»). При таком понимании слова «электорат» оно ничем не отличается от слова «избиратели»).

4. Наличие в международном употреблении сложившихся систем терминов, однородных по происхождению, например компьютерная терминология, спортивная, современная эстрадная на базе английского языка; музыкальная - на базе итальянского языка, и др.

5. Потребность в вуализации понятий (стремление к эвфемистическим заменам). В некоторых ситуациях иноязычное слово (чисто психологически) помогает скрыть негативный или прямой смысл понятия: *педикулез* (вшивость), *канцер* (рак), *гениталии* (половые органы).

6. Стремление к модному, более современному слову. На общем фоне широкого заимствования «заморское слово» оказывается престижным, звучащим по-ученому и,

следовательно, интеллектуально и красиво. В таком случае и само понимание слова (его русский перевод) оказывается несколько приподнятым, необыденным.

Например, *презентация* - это не просто представление чего-либо, а торжественная акция; *слаксы* - это не просто широкие брюки, а непременно модные широкие брюки; *бутик* - не маленькая лавочка, а элитный салон-магазинчик; даже итал. *putana* (шлюха) повышена в ранге: это не обычная проститутка, а валютная. Или форма *консалтинг* - звучит сейчас более внушительно, чем обрусевшее слово того же корня и происхождения консультирование.

В тематическом отношении слова-заимствования охватывают разнообразные сферы жизни современного российского общества:

- лексика государственного управления, международно-правовая: *парламент, саммит, импичмент, спикер, инаугурация, стичрайтер*;
- лексика общественно-политическая: *брифинг, рейтинг, электорат, консенсус*,
- лексика научно-техническая: *блюминг, крекинг, шепинг, ноу-хау*,
- лексика экономическая и связанная с предпринимательской деятельностью: *концерн, акция, вексель, ваучер, дистрибьютер, демпинг, маркетинг, лизинг; брокер, аудитор, дебитор, дилер, менеджер, принципал, франчайзи (мелкий предприниматель), бартер, брокер*;
- лексика спортивная: *допинг, тренинг, кикбоксинг, овертайм, шейпинг*;
- лексика обиходная: *кемпинг, дансинг, шопинг, кабаре*;
- лексика современного поп-искусства: *кантри, сингл, саунд, диск-жокей, шоу, ретро-шлягер*.

Иноязычная лексика проникает во все сферы жизни современного российского общества, входит в повседневный быт, заменяет русские привычные слова, включает в себя наименования, обозначающие понятия, прежде считавшиеся принадлежностью чуждого нам буржуазного мира. Эти слова вошли в жизнь россиян вместе с понятиями, которые они обозначают. Теперь это и наша жизнь: *казино, крупье, мафиози, мафия, бомонд, наркомания, порнобизнес; бизнес, коррупция, рэкет, холдинг, мониторинг; сэконд-хэнд, ноу-хау, пиар*.

Свидетельство тому, что слова прочно вошли в русский обиход, - их метафоризация и способность подчиняться русской грамматике (*политический бомонд; таблоиды* - малогабаритные газеты сенсационной направленности, *таблоидная пресса*).

Иноязычное слово не только грамматически вживается в русское словесное окружение, но и подчас приспосабливается к русскому словоупотреблению, в разной степени изменяя свое значение. В таком случае происходит своеобразное усвоение семантики «пришельца».

Например, слово «*приоритет*» (лат. *prīor* - первый, старший) определяется как «первенство по времени в открытии, изобретении чего-нибудь; вообще первенствующее положение» (Словарь С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой, 1998). Сегодня у слова «*приоритет*» появились новые значения: 1) основная задача, главное направление; 2) главные интересы; 3) коммерческие интересы; 4) преимущество. О таких значениях свидетельствуют современные контексты. «Словарь русского языка» в 4-х томах (под ред. А.П. Евгеньевой) уже фиксирует одно из новых значений - «первенствующее значение чего-либо». Случаи употребления слова «приоритет» с

определениями - главный приоритет, особый приоритет, приоритет номер один - говорят о забвении исконного значения слова (преобладает значение «задача», «направление», «предпочтение»). Более того, это слово стало употребляться и во множественном числе - приоритеты (Дело в принципиальном выборе приоритетов. - Изв. 1996, 24 янв.). Итак, новая семантика, новое употребление, новое лексическое окружение говорят о новой, особой жизни слова в русском языке.

На пути к подобным преобразованиям находится и слово «*альтернатива*» (фр. alternative от лат. alter - один из двух) - «необходимость выбора одной из двух или нескольких взаимоисключающих возможностей; каждая из исключающих друг друга возможностей» (БЭС, 1991). Таким образом, в значении слова «*альтернатива*» уже есть сема «другой» (один из двух). Однако новые контексты (прямо скажем, неудачные, искажающие смысл) десемантизируют прямое значение слова, в частности, в сочетании очень распространенном в современной прессе - «другая альтернатива». Такое употребление нельзя признать нормативным, пока владеющие нормативным языком ощущают ошибочность подобных сочетаний, однако сам путь к изменению значения уже намечен.

Семантические преобразования намечаются и в других иноязычных словах. Например, многие из активно пишущих в газетах воспринимают слово «*анонимность*» как «секретность» (ср.: анонимность гарантируется - в печати, в медицинских учреждениях и т.д.). В данном случае преждевременно приветствовать подобное употребление, поскольку имеем дело с прямым смещением смысла, которое можно объяснить не семантическими преобразованиями в слове, а непониманием его значения: аноним (от греч. апопу-мос - безымянный) - «автор, скрывший свое имя», а также «сочинение без указания имени автора».

Слова «*легитимность*», «*легитимный*» стали употребляться в качестве заменителей слов «законность», «законный» (от лат. le-gitimus - законный), в то время как в международной практике при употреблении этого специального термина подчеркивается семантический нюанс «признаваемый законным», а не только «соответствующий закону»; легитимация - признание или подтверждение законности чего-либо.

Спортивный термин «*аутсайдер*» - спортсмен, не имеющий шансов на успех в состязании; скаковая или беговая лошадь, не являющаяся фаворитом, - расширил сферу своего применения, приблизившись к собственному смыслу этого слова (англ. outsider - посторонний). Слово чаще стало употребляться в значении «лицо или группа лиц, не принадлежащие данному обществу, кругу, партии», а также с оттенком качества и оценки «неспециалист», «любитель», «отстающий».

Слово «*ферма*» (фр. ferme, от лат. firmus - прочный) уже давно приобрело одно из новых значений - «частное хозяйство или сельскохозяйственное предприятие на собственном или арендуемом земельном участке». Отсюда фермер - «владелец такого предприятия». Но в современном русском языковом сознании фермер - это житель деревни, не являющийся членом колхоза, часто новоприезжий, финансово самостоятельный.

Путь семантических преобразований иноязычных слов - путь сложный, часто начинающийся ошибочным употреблением слова из-за недостаточного его понимания, искаженного восприятия. Многие зафиксированные в слове семы оказываются нераскрытыми, и в результате имеем либо ошибочное употребление, либо, в конце

концов, наращение нового смысла, своеобразное освоение чужого слова. Так случилось, например, в свое время с немецким словом «*бутерброд*», «потерявшим» в русском употреблении компонент «с маслом» (хлеб с маслом), о чем свидетельствует сочетание «бутерброд с маслом», возникшее явно под влиянием дифференцированных наименований «бутерброд с колбасой», «бутерброд с сыром» и т.д.

Скрытая, уже прижившаяся тавтология просматривается в сочетании «*реальная действительность*». Реальность (от лат. *realis* - действительный) - существующее в действительности; реальный - действительно существующий. В современном русском языке сочетание «реальная действительность» оказалось вполне закономерным, поскольку актуальными стали и другого типа действительности - виртуальная действительность, вторичная действительность.

Издержками в освоении иноязычных слов можно считать и другие семантические тавтологии, к сожалению, уже укрепившиеся в языке массовой печати: *в анфас, монументальный памятник, свободная вакансия, выдающийся виртуоз, главный лидер, коллега по работе, специфические особенности, наиболее, самый адекватный, самый оптимальный вариант* и др. Ср. пример: Съезд намерен утвердить кодекс профессиональной этики, который предполагает ответственность архитекторов перед обществом, заказчиком и *коллегами по профессии* (Труд, 2000, 3 окт.) - *коллега* (лат. *collega*) - товарищ по работе, по совместной учебе (в высшей школе), по профессии.

Среди заимствований сегодняшнего дня наиболее активными оказываются **англицизмы**.

Английский язык (в его американском варианте) - главный донор эпохи, его вливания в разные языки мира, в том числе в последнее десятилетие и в русский язык, очень существенны. Недаром английский называют «современной латынью». Причин тому много, и не в последнюю очередь - расширение «виртуального общения», в частности, через Интернет.

Есть сферы общественной жизни, где англицизмы полностью завладели лексическим пространством, например в эстрадной музыкальной культуре. Америка рубежа XIX-XX вв. подарила европейцам новую музыкальную эстетику, а вместе с ней - и новый музыкальный язык, который в Россию пришел только к концу XX столетия, поскольку до этого многое было под запретом, в частности, джазовая музыка, джазовые коллективы (бэнды) осуждались как чуждые социалистической нравственности: «Сегодня ты играешь джаз, а завтра Родину продашь!» Но независимо от этого слова «джаз» и «блюз», «нота-блю» (грустная нота, грустная песня) закрепились в языке и сегодня потеряли оттенок новизны.

Другие музыкальные термины из области поп-искусства сейчас хлынули в русский язык бурным потоком, в некоторых случаях даже вытесняя другие, известные языку заимствования, как, например, *сингл* вытеснил *диск* (ранее была *пластинка*). *Сингл* (*single*), дословно «песня», теперь означает отдельно изданную композицию исполнителя (Мадонна поет в своем новом сингле. - АиФ). Распространению такой лексики способствовала прежде всего растущая популярность самой музыки, которая пришлась по вкусу, а также вся обстановка и атмосфера, в которой она исполнялась. Соответствующие тексты заметок пестрят словами типа *саунд, хит, трек* и др., причем часто в английском написании. Некоторые из подобных слов служат аналогом

для образования новых, например, *ди-джей* (диск-жокей) - человек, манипулирующий дисками (т.е. звуком), образует *ви-джей* (video-jokeу), т.е. тот, кто манипулирует изображением.

Некоторые примеры:

Шоу Хосе Каррераса, которым наслаждалась публика Кремлевского Дворца, забитого до отказа (сидели на лестнице, толпились в проходах), было великолепным буржуазным развлечением на уровне «хай-тек», «хай-энд» или попросту «хай-класс» (МК, 2000, 26 сент.);

По-русский говоря, *хип-хоп* - это драйв; Наше поколение выбирает хип-хоп!; Зал по-прежнему ходил ходуном все пять минут, без света и звука. Это был такой драйв! (Децл, певец. МЭ, 2000, 27 сент.); *Рэп* и *соул*, которые любит Дина, многие терпеть не могут (МК, 2000, 24 сент.);

Хип-хоп возник как уличное подростковое движение в среде вонючих американских кварталов. Тинейджеры коряво рифмовали правду о своей непростой жизни (АиФ, 2000, № 39);

Рэп - это краткое послание о своей жизни. Но почему-то наш юный хип-хопер правдиво не поет о своей жизни (там же);

Соединенные Штаты захлебываются *хип-хопом* давно, Европа на грани капитуляции перед этой субкультурой чернокожих (АиФ, 2000, № 39).

Среди записанных материалов были партии бас-гитары к трем *трекам* (track - дорожка фонограммы);

Я не верю людям, которые с самого начала знают, какой будет *саунд* у альбома (sound - звук);

Создатели сего чуда уже выпустили *сингл* и *видеоклип*, а в следующем месяце планируется и *веб-сайт* в *Интернете* (single - единичный; диск с одной-двумя композициями);

Европейцы, кажется, создали новый *суперхит* сезона;

Послушали единственный *бонус-трек* (дополнительная дорожка на диске).

Надо признать, что основная масса подобных заимствований вызвана не насущной необходимостью, а обусловлена **причинами психологического плана**. С одной стороны, это стремление показать свою приобщенность к «продвинутой» среде, с другой - заметен иронический подтекст в освещении новой жизни современников. Большая часть таких заимствований оседает в *молодежном жаргоне*, среди фэнов и фэнш.

Показательно, что подобные слова вкрапливаются в русский текст, подчиняясь русской грамматике, получается некая искусственная американо-русская смесь, что в конечном счете сообщает текстам легкое ироническое звучание, и информация, поданная в таком тоне, воспринимается несерьезно.

В рамках русского предложения эти слова начинают склоняться или образовывать словообразовательные цепочки:

К трем трекам;

У группы контракт с очень маленьким лейблом;

Тусовка крылатых существ среди арийских «фэниш»;

Мега-стары протусовались на вечеринке;

Очередное явление местных поп-старз;

Приехали в Москву тоновые киевские промоутеры Вольф Месхи с Леонидом Ландой;

*И засаленный дутый **тинейджеровский** жилет сменила девушка на кожаный нехилый плащик;*

Вряд ли надо объяснять, что такое заимствование не обогащает русский язык, да и авторы подобных текстов не рассчитывают на серьезность восприятия. Может быть, их цель в какой-то мере оправдывает средства - создается иронично-циничным стиль.

На базе совмещения лексических единиц разных языков создаются различные варианты **интержаргона** - молодежного, компьютерного, профессионального эстрадно-музыкального, обиходно-городского и др.

В ряде случаев это своеобразная **языковая игра**, в частности, если говорить о современном молодежном сленге, который позволяет молодому поколению отгородиться от старших, создать свой, пусть призрачный мир, набор слов иноязычного происхождения в сочетании с русскими создает специфический эмотивно-экспрессивный стиль непринужденного общения.

«Особый язык» используется как своего рода пароль, речевой сигнал принадлежности общающихся к одной и той же социальной или возрастной группе. Большой материал по молодежному сленгу собран Т.Г. Никитиной в новом словаре «Так говорит молодежь» (2-е изд. вышло в 1994 г.). Изучение подобного языкового материала интересно и в каком-то смысле необходимо, хотя бы потому, что этот своеобразный «язык в языке» существует не только в устной речи, но в настоящее время все чаще и чаще функционирует (в том или другом объеме) на страницах газет и журналов. Поэтому в изучении сленга заинтересованы не только лингвисты, но и социологи, психологи, педагоги.

В данном сленге представлены лексемы разных групп:

- 1) англицизмы, принявшие частеречные формы русских слов - *выдринкать* (выпить), *рингать* (звонить), *лукать* (смотреть); *вайтовый* (белый), *блэковый* (черный), *олдовый* (старый);
- 2) прямые заимствования - *бой* (парень), *вайф* (жена), *ботл* (бутылка), *бойфренд* (приятель, друг), *пипл* (народ, люди), *тинейджер* или *тинэйджер* (подросток);
- 3) метафоры - *лемура* (любовница). Речь строится примерно так: *У нас сегодня сейшн - приходи, пошейкуем. - Ноу проблем.*

Современный **молодежный сленг** - структура достаточно сложная. Она включает в себя поджаргоны - хиппи, панков, металлистов, рейверов, рэпперов, байкеров, компьютерщиков и др. Это не те ограниченные наборы слов, которые ранее составляли студенческий или школьный жаргоны, кстати, большей частью состоящие из русских слов, литературных и просторечных, употребленных переносно: *бантики* - послушные дети, *лопухи* - наушники, *исповедь* - экзамен, *истерики* - студенты исторического факультета и др.