

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2022, №2, Том 13 / 2022, No 2, Vol 13 <https://sfk-mn.ru/issue-2-2022.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/18FLSK222.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Воронцова, Ю. А. Особенности лексического выражения поколения “Z” в английском и русском языках / Ю. А. Воронцова, Д. О. Чероченко // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2022. — Т. 13. — № 2. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/18FLSK222.pdf>

For citation:

Vorontsova U.A., Cherochenko D.O. Peculiarities of generation “Z” lexical expression in English and Russian. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 2(13): 18FLSK222. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/18FLSK222.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

Воронцова Юлия Александровна

ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический университет», Брянск, Россия
Доцент кафедры «Иностранные языки» факультета «Отраслевой и цифровой экономики»

Кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: Voroncova.yuliya@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0969-434X>

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=291500

Чероченко Дмитрий Олегович

ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический университет», Брянск, Россия
Студент факультета «Отраслевой и цифровой экономики», группы О-21-ПИ-итцэ-Б

E-mail: Chdm789@gmail.com

Особенности лексического выражения поколения “Z” в английском и русском языках

Аннотация. В статье подчеркивается актуальность изучения теории поколений, поскольку речь постоянно изменяется, раскрываются отличительные особенности поколения “Z” на примере использования уникальной лексики их представителями в английском языке. Особое внимание уделяется тому, что поколение “Z” самое молодое, именно представители этого поколения в ближайшее время станут строителями дальнейшего будущего страны. В статье подчёркивается, что термин «теория поколений» был впервые использован американскими учеными Уильмом Штраусом и Нилом Хау, представлена составленная ими классификация теории поколений: Молчаливое поколение (1923–1943), Бэби-бумеры (1944–1960), Поколение “X” (1961–1981), Поколение “Y” или миллениалы (1982–2004), Поколение “Z” (2000–2011), Поколение “A” (2012–н.в.); приводится перевод теории поколений в Российской действительности. В статье подробно рассмотрены основные черты и языковые особенности поколения “Z”, означающее поколение ЯЯЯ (от англ. “MeMeMe”), зародившееся в начале 1990–2000-х годов, выросшее в корреляции с Интернетом. В статье охарактеризованы маркеры поколения “Z”: экономика и бизнес, общество и развлечения, общение и социальные сети; рассмотрены лексические единицы представителей поколения “Z” и их возможный перевод на русский язык; приведены примеры английской безэквивалентной лексики, не имеющей характерных аналогов в русском языке. Делается вывод, что представители поколения “Z” используют довольно необычные слова и конструкции, некоторые из которых выходят из употребления, а некоторые задерживаются в речи на более долгое время; подчёркивается быстрая смена целей и предпочтений «зетов», а использование большого количества новых восклицательных конструкций свидетельствует о повышенной эмоциональности представителей этого поколения.

Ключевые слова: теория поколений; лексические единицы; классификация; ценности; маркеры; безэквивалентная лексика; представитель

Введение

Рассмотрение неологизмов в рамках теории поколений вызвано тем, что в последние несколько десятилетий данная теория получила широкую огласку не только в СМИ и публицистике, но также тем, что её основы широко применяются повсеместно в маркетинге и рекрутинге. Очевидно, что если поводом для конфликта поколений на протяжении такого большого отрезка времени становятся одни и те же причины, то каждое поколение имеет отличительные особенности, которые можно выделить и классифицировать. На примере как личной, так и общественной жизни можно наблюдать, что людям разных возрастных групп свойственно мыслить и вести себя по-разному.

Часто происходят конфликты между людьми, принадлежащим к разным поколениям. Однако стоит отметить, что это явление сопровождает всю человеческую историю. В доказательство своего утверждения приведём цитаты древнегреческих мыслителей. Так, например, еще в V веке известнейший философ Сократ говорил: «Нынешняя молодежь привыкла к роскоши, она отличается дурными манерами, презирает авторитеты, не уважает старших, дети спорят со взрослыми, жадно глотают пищу, изводят учителей»¹. Приведем слова поэта Гесиода, произнесённые им в 720 году до нашей эры: «Я утратил всякие надежды относительно будущего нашей страны, если сегодняшняя молодежь завтра возьмет в свои руки бразды правления. Ибо эта молодежь невыносима, невыдержанна, просто ужасна»¹. Как мы видим, тезисы, высказанные несколько тысячелетий назад, во многом похожи и совпадают с тем, что мы можем слышать от старшего поколения и сегодня.

Целью исследования является выявление специфики употребления тех или иных неологизмов в рамках теории поколений.

Для получения достоверных результатов использовался метод наблюдения и контекстуального анализа и сравнительно-сопоставительный метод. Проведена работа по вычленению лексических единиц из речевого общения в повседневных жизненных ситуациях, из публицистики с дальнейшим проведением анализа лингвистических и экстралингвистических аспектов использования этих высказываний; изучены особенности употребления лексических единиц в сопоставлении двух коммуникативных культур, выявлены общие закономерности и различия, особенности перевода с английского языка на русский. Лексика имеет определяющее значение, так как умственная деятельность человека чаще всего находит свое применение, прежде всего, в высказывании своих мыслей.

В этой статье будут продемонстрированы отличительные особенности поколения “Z” на примере использования уникальной лексики их представителями в английском языке. Бесспорно, английский язык стал языком мирового общения. Предпосылки этого факта появились еще с восхождения Британской империи. Английский язык — самый популярный, накопил достаточно обширный словарь (приблизительно два миллиона слов), на нем написаны величайшие произведения литературы человечества, тем не менее, нельзя не признать, что он закупорен и иногда непонятен с точки зрения логики [1, с. 420].

Поколение “Z” — самое молодое, не считая поколения “А”, но они еще являются детьми. Именно «зеты» в ближайшее время станут строителями нашего дальнейшего будущего. Изучать мышление этого поколения через лексику — первостепенная задача, поскольку их

¹ Цитаты и пословицы. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://socratify.net/>.

«сленг» постоянно изменяется, и мы ежедневно становимся свидетелями этого процесса, общаясь с ними.

Обсуждение. Теория поколений

Термин «теория поколений» был впервые использован американскими учеными Уильямом Штраусом и Нейлом Хоувом [2; 3]. В своей книге «Поколения» (“Generations”), изданной в 1991 году, они впервые осветили с научной точки зрения исторические предпосылки данной проблемы [4, с. 15].

Были попытки переложить теорию поколений и на российскую действительность. Учёные выделяют «последнее советское поколение» (рождённые в 1964–1973 годы), «поколение лишних людей» (1967–1973 годы), «цифровое поколение» (2004–2024). Социолог Вадим Радаев поделил поколения на оттепель (1939–1946 годы), застой (1947–1967 годы), реформенное поколение (1968–1981 годы) и миллениалов (1982–2000 годы)² [5].

Рассмотрим основные поколения, выделенные Уильямом Штраусом совместно с Нейлом Хоувом³:

1. Молчаливое поколение (1923–1943) — название говорит о том, что представители данного поколения в отличие от своих предшественников избегают говорить на политические и экономические темы из опасения быть преследуемыми. Они также верят в продуктивность нашей медицины и обладают способностью грамотно распоряжаться своим бюджетом для накопления денег для чрезвычайных ситуаций.

2. Бэби-бумеры (1944–1960) — представители данного поколения предпочитает обсуждать политические и экономические проблемы. Они уверены в завтрашнем дне и светлых идеалах, поэтому готовы усиленно работать ради процветания государства в ущерб семье. Они застали большое число распада семей, самостоятельное в основном «уличное» воспитание детей.

3. Поколение “X” (1961–1981) — представители данного поколения проанализировали позиции прошлого поколения, посмотрев на своих родителей. Их характеризует высокая работоспособность, но они готовы трудиться в полную силу ради собственного благополучия и процветания семьи. Первостепенная цель поколения “X” — обеспечить своих детей всем тем, чего они сами были лишены, дать им возможность хорошо одеваться, получить высшее образование, иметь автомобиль, дом, т.е. все составляющие максимально комфортной жизни. По большей части они рассчитывают только на себя, любят и ценят четкость во всём.

4. Поколение “Y” или миллениалы (1982–2004) — простыми словами их можно назвать избалованным поколением. К нему относятся дети, которым родители (представители поколения «X») предоставили всё, что они хотят. Они не преследуют первостепенную цель найти хорошо оплачиваемую престижную работу и завести семью, потому что не проявляют большого желания нести за неё ответственность. Это первое поколение, разбирающееся в гаджетах. В трудоустройстве их исключительно мотивируют высокая оплата труда, кроме того, им нужны дополнительные условия, необходимые для комфортной жизни, например, дистанционная работа, гибкий график.

² Бумер, зумер или миллениал: как определить, к какому поколению отнести себя — Интернет и мемы на TJ. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://tjournal.ru>.

³ Теория поколений X, Y, Z, беби-бумеров, альфа в России — их ключевые особенности и различия // Теория поколений, 2016. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/>.

5. Поколение “Z” (2000–2011) — они являются первым поколением, не задумывающееся над покупкой движимого и недвижимого имущества. Они рассуждают так: «Зачем покупать дом, когда можно снимать квартиру, или зачем покупать машину, когда существуют такси или каршеринг» [6]. Материальный показатель не имеет для них никакого значения. Представителей данного поколения почти ничего не интересует, кроме новых ощущений в жизни, например, поездки, экстремальный спорт или новые электронные приборы.

6. Поколение “A” (2012–н.в.) — существует малый объём информации о данном поколении, так как самым старшим представителям едва исполнилось 10 лет. Следует отметить, что они акцентируют внимание на саморазвитии, что называется, умеют пользоваться электронными средствами с рождения, еще не умея говорить, они включают планшет или закачивают игры в ноутбук.

Результаты. Основные черты и языковые особенности поколения Z

Поколение “Z” (от англ. “Generation Z”) означает поколение ЯЯЯ (от англ. “MeMeMe”). Поколение “Z” зародилось в начале 1990–2000-х годов. Такие события, как развитие Интернета, повсеместное распространение социальных сетей, террористический акт 11 сентября 2001 года, вторжение в Ирак, глобальная рецессия 2009 года, избрание первого темнокожего президента США Барака Обамы оказали наибольшее влияние на формирование данного поколения [7, с. 269].

Поколение “Z” характеризуется, как первое поколение, выросшее в непосредственной связи с Интернетом. Это во многом повлияло на его развитие. Представители поколения “Z” всегда «онлайн», постоянно общаются со своими сверстниками по мобильному телефону, через СМС, в социальных сетях.

Другой отличительной чертой поколения “Z” является то, что они выросли в эпоху экономической нестабильности. Из-за этого их часто сравнивают с Молчаливым поколением, которое видело последствия Великой депрессии. Это привело к тому, что представители поколения “Z” склонны искать нестандартные методы работы и используют новые методы ведения бизнеса. В эту эпоху получил широкое распространение мультикультурализм — политика, направленная на сохранение и развитие в отдельно взятой стране и в мире в целом культурных различий, и обосновывающая такую политику теория или идеология [7, с. 270]. В настоящее время процент иностранных студентов в высших учебных заведениях велик, и при общении со сверстниками из стран Европы и Африки молодые люди сталкиваются с определенными проблемами межъязыковых контактов в поликультурной образовательной среде [8, с. 80].

Рассмотрим маркеры поколения “Z”.

1. Экономика, бизнес: *Краудсорсинг* (*crowdsourcing*, *crowd* — 'толпа' и *sourcing* — 'использование ресурсов'⁴). *Краудфандинг* (*crowd funding*, *crowd* — 'толпа', *funding* — 'финансирование'⁴) — коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов) для различных целей. *Аутсорсинг* (*outsourcing* / *outer-source-using* — 'использование внешнего ресурса'⁴) — передача организацией определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области. *Фандрайзинг* (*fundraising* — 'сбор средств'⁴) — процесс привлечения денежных средств *Телекоттедж* (*telecottage*) — специально

⁴ Англо-русский словарь. — [Электронный ресурс]. — URL: https://woordhunt.ru/dic/content/en_ru.

оборудованное помещение, как правило, в сельской местности, созданное для обеспечения жителей удалённых деревень и посёлков высокими технологиями. Как правило, телекоттедж оборудован компьютерами, копировальным аппаратом, предоставляет доступ в Интернет, возможность конференц-связи и так далее. *Коворкинг* (*co-working* — 'совместно работающие'⁴) — это модель работы, в которой участники, оставаясь независимыми и свободными, используют общее пространство для своей деятельности, в большей части работающие удалённо. *Продакт плейсмент* (*product placement* — 'размещение продукции'⁴) — скрытая реклама.

2. Общество, развлечения: *Смартмоб* (*smart mob* — 'умная толпа'⁴) — форма самоструктурирующейся социальной организации посредством эффективного использования высоких технологий. *Флешмоб или флэшмоб* (*flash mob, flash* — 'вспышка', 'мгновение', *mob* — 'толпа', переводится как 'мгновенная толпа'⁴) — заранее спланированная массовая акция, небольшой митинг в общественном месте. *Слэшдот-эффект* (*Slashdot effect*) — повышение посещаемости сайта после появления ссылки на него в популярном блоге. *Лайфхак* (лайфхакинг, *life hack* — 'полезная уловка'⁴) — приёмы для упрощения достижения поставленных целей при помощи разных полезных советов. Британский журналист Дэнни О'Брайен в 2004 году соединил слова *life* — 'жизнь' и *hack* — 'взлом'⁴, имеющие наиболее близкий русскоязычный аналог — 'житейская хитрость'.

3. Общение, социальные сети: *Социальные медиа* (*social media*) — массовая коммуникация в сети. *Социальная сеть* (*social networking service*) — платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений. *Repost (retweet)* — 'репост/ретвит' — размещение в блоге или соцсетях копии поста другого блоггера. *Friend Zone* — 'зона дружбы', так же называется транслитерированный вариант — 'френдзона' — невзаимная любовь. *Селфи* (*selfie* и *self* — 'сам', 'само'⁴) — снимок самого себя, сделанный самостоятельно на мобильный телефон или фотокамеру. *Тамблелог* (*tumblelog*), он же Тамбллог или Тлог — разновидность блога, с тем отличием, что запись в тлоге может быть только определённого формата (цитата, видео, ссылка, песня, разговор и т. д.) и больше похожая на черновик или записную книжку.

Лексика поколения “Z”

Рассмотрим лексические единицы представителей поколения “Z” и их возможный перевод на русский язык.

Bet — термин для соглашения или одобрения. Пример: “*Are we still on for Saturday night?*” “*Bet*” [9]. Возможный перевод: *Все в силе в субботу вечером? — Держу пари, что да.*

Big yikes — реплика, используемая собеседниками для описания события, которое действительно застигает врасплох или шокирует. Пример: “*My mom called me 30 times after I broke curfew — big yikes*” [10]. Возможный перевод: *Моя мама звонила мне 30 раз после того, как я нарушил комендантский час — черт возьми.*

Cancelled — перестать поддерживать что-то или кого-то, бойкотируя их работу, продукты или отписываясь от социальных сетей. Пример: “*I can't believe that company was caught dumping waste in the river — it's canceled*” [10]. Возможный перевод: *Я не могу поверить, что эту компанию поймали на сбросе отходов в реку — ее отменили.*

Crush — влюбляться. Пример: “*You probably didn't know this, but in high school I had a major crush on you*” [14]. Возможный перевод: *Знаешь, ты, наверное, не знала, но когда-то, еще в школе, я был сильно влюблен в тебя.* Из английского языка это слово перешло в русский язык и плотно закрепилось в нем. Однако оно используется не как глагол, а как существительное в

значении 'объект любви, влюбленности, обожания'. Пример: песня Клавии Коки «Краш». Вот один из куплетов этой песни: «*Ты мой краш / Либо я, либо никто — это шантаж... / Мы с тобой, boy / Поиграем, но не в консоль... / Да, любовь — боль / Между нами бой*» [10]. Очевидно, что в тексте идет речь о *бое* (*boy* от англ. 'мальчик'⁴) — парне, который нравится главной героине. В песне он назван *крашем*, что доказывает правильность исходного тезиса.

Catch these hands — фраза, произнесенная для того, чтобы начать драку. Обычно используется в конфликтных ситуациях. Пример: “*Get out of my way — you don’t want to catch these hands*” [10]. Возможный перевод: *Уйди с дороги, если ты не хочешь поймать эти руки.*

Finesse — получение желаемого путем обмана или манипулирования кем-либо. Пример: “*I finessed my co-worker into covering my shifts next week*” [10]. Возможный перевод: *Я уговорил коллегу сменить мою смену на следующей неделе.*

Glow up — пройти через положительные физические, умственные или духовные изменения. Пример: “*He had a major glow up over the summer*” [10]. Возможный перевод: *За лето он изменился до неузнаваемости.*

High key — фраза, противоположная по значению *low key*, обычно используется, когда говорящий хочет что-то подчеркнуть. Синонимы включают *действительно* и *очень*. Пример: “*I high-key love those shoes*” [10]. Возможный перевод: *Мне очень понравились эти туфли.*

I’m dead — выражение, которое следует использовать, когда говорящий находит что-то веселым. Пример: “*Did you hear her crack that joke? I’m dead*” [10]. Возможный перевод: *Вы слышали, как она пошутила? Я чуть не умер от смеха.*

Vibe — слово, передающее настроение или эмоциональное состояние человека. Пример: “*She has such a chill vibe*” [10]. Возможный перевод: *От нее веет такой расслабляющей атмосферой.*

Представим примеры безэквивалентной лексики, не имеющей характерных аналогов в русском языке. *Poker face* — неэмоциональное лицо. *Duckface* — выражение лица, когда губы похожи на утиный клюв. *Bus look* — непримечательное выражение лица, появляющееся при поездке в общественном транспорте. *Cockblocked by Steve Jobs* — 'ситуация, когда Вы поймали взгляд понравившегося Вам человека противоположного пола, а он или она сразу же стали смотреть в свой телефон'. *E-void* — 'избегание электронной коммуникации'. *Indoorsman* — человек, который большую часть жизни проводит дома, за компьютером или перед телевизором, прерываясь лишь на еду и сон. *Technolust* — страстное желание обладать последними техническими новинками. *Child Supervision* — взрослый человек просит ребенка помочь разобраться с электронным устройством. *Gaming sense* — умение находить ценные артефакты или избегать неприятных ситуаций в видеоиграх. *Cameragoer* — человек, который предпочитает смотреть концерт через экран фотоаппарата или телефона, закрывая при этом вид людям, расположенным за его спиной. *Resolution rush* — наплыв людей, пообещавших себе после нового года вести здоровый образ жизни и вскоре передумавших. *Academic bulemia* — процесс усиленного изучения предмета перед экзаменом. *Catfish* — человек, который заводит фейковые аккаунты в социальных сетях, чаще всего, для того чтобы флиртовать в интернете. *Tubeseption* — бесконечный переход от одного видео к другому на просторах Telegraph. *Social Notworking* — поведение человека, проводящего рабочее время в социальных сетях. *Fakebook* — (1) фальшивый профиль или дубликат вашей страницы в социальных сетях; (2) добавлять друзей в социальных сетях для количества. *Facerape* — заметить незакрытый аккаунт в *ВКонтакте*, зайти и написать фальшивое сообщение. *Facebook wit* — остроумно отвечать на реплики собеседника в социальных сетях. *Bodybooking* — размещение на своей странице в Telegraph фотографий в минимуме одежды, чтобы похвастаться красивым телом.

Заключение

Представители поколения “Z” используют довольно необычные слова и конструкции. Также нельзя не отметить, что некоторые слова выходят из моды, а некоторые задерживаются в лексике на более долгое время. Это подчеркивает такую особенность характера «зетов», как быстрая смена целей и предпочтений.

Большое количество новых восклицательных конструкций свидетельствует о повышенной эмоциональности этого поколения. «Зеты» весьма чувствительны и подвержены переживаниям и рефлексии. Большое количество сокращений слов в речи может указывать как на бунтарское отношение к основам языка, так и на повышенную склонность к проявлению лени и желанию свести до минимума любую выполняемую работу, даже если под «работой» подразумевается произнесение нескольких слогов длинного слова.

На примере проникновения англицизмом в речь российских «зетов» мы смогли выяснить, что в эпоху глобализма изменения языка становятся все заметнее. Язык — удивительное явление человеческой природы. Изучая его, постигая потайные смыслы слов, и, в частности, неологизмов мы постигаем человека. В зависимости от того, как меняется ситуация в мире, и от характерных черт каждого поколения, отделенного временными промежутками в 20 лет, меняется и словарный запас языка. На основании того, в какой языковой среде возникло новое слово или понятие, оно может либо полностью прижиться в языке другой культуры, либо вообще не найти отражения в словарном составе чужого языка в случае, если оно не получило большого распространения или на него не акцентируется должное внимание.

Данные материалы могут быть использованы в исследованиях по неологии, сопоставительному языкознанию, лексикологии, лингвокультурологии, гендерологии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чайко А.А. Трудности перевода английского языка / А.А. Чайко, Ю.А. Воронцова // Многоязычие и поликультурное образовательное пространство в России: современные тенденции: Материалы III Всероссийской очно-заочной студенческой научно-практической конференции. Орел: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, 2020. С. 420.
2. Strauss W. Founding Partner / W. Strauss // Life Course Associates. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.lifecourse.com/about/strauss.html> (дата обращения: 14.04.2022).
3. Strauss W. Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069 / W. Strauss, N. Howe. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://archive.org/details/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStraussNeilHowe> (дата обращения: 14.04.2022).
4. Радаев В.В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ / В.В. Радаев — DOI 10.7868/S0132162518030029 // Социологические исследования. — 2018. — № 3(407). — С. 15–33.
5. Терегулов И.В. Теория поколений как ключ к коммуникации между молодежью и взрослыми / И.В. Терегулов. — [Электронный ресурс]. — URL: https://yandex.ru/search/?text=solncesvet.ru&lr=191&src=suggest_B (дата обращения: 7.05.2022).

6. DeChane Darrin J. How to Explain the Millennial Generation? Understand the Context / Darrin J. DeChane // *Inquiries Journal*. 2014.– Vol. 6. — No. 03. — pp. 1–3. — [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.inquiriesjournal.com/articles/878/how-to-explain-the-millennial-generation-understand-the-context> (дата обращения: 14.04.2022).
7. Воронцова Ю.А. Теоретическая основа теории поколений / Ю.А. Воронцова // *Ученые записки Орловского государственного университета*. — 2016. — № 3(72). — С. 268–273.
8. Vorontsova U.A. Teaching Communicative Skills to Higher School Students in Multicultural Educational Environment / U.A. Vorontsova // *Modern Pedagogical Education*. — 2021. — No 7. — pp. 80–86.
9. Nulsen C.R. 30 Common Gen Z Slang Words and What They Mean / C.R. Nulsen // *Reader's Digest*. 2021. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://rd.com> (дата обращения: 7.05.2022).
10. Ногалес К.С. Теория поколений XYZ / К.С. Ногалес // *4brain*. 2016. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://4brain.ru/blog> (дата обращения: 8.05.2022).

Vorontsova Uliya Alexandrovna

Bryansk State Technical University, Bryansk, Russia

E-mail: Voroncova.yuliya@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0969-434X>

RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=291500

Cherochenko Dmitri Olegovich

Bryansk State Technical University, Bryansk, Russia

E-mail: Chdm789@gmail.com

Peculiarities of generation “Z” lexical expression in English and Russian

Abstract. The article emphasizes the relevance of studying the theory of generations, reveals the distinctive features of the “Z” generation on the example of using unique vocabulary by their representatives in the English language, since speech is constantly changing. The generation “Z” is stressed to be the youngest, namely the representatives of this generation will soon become the builders of the country future. The article emphasizes that the term “theory of generations” was first coined by William Strauss and Neil Howe who were American scientists, presents their classification of the theory of generations: The Silent Generation (1923–1943), Baby-Boomers (1944–1960), Generation “X” (1961–1981), Generation “Y” or Millennials (1982–2004), Generation “Z” (2000–2011), Generation “A” (2012–present); gives the translation of the theory of generations into Russian realities. The article considers in detail the main features and linguistic features of the “Z” generation, meaning the generation of “MeMeMe”, which originated in the early 1990-s–2000-s and characterized that grew up in correlation with the Internet. The article highlights the “Z” generation markers, namely: economy and business, society and entertainment, communication and social networks; analyses the lexical units of the “Z” generation representatives and their possible translation into Russian; gives the examples of non-equivalent English vocabulary that have no characteristic analogues in the Russian language. The article concludes that the “Z” generation representatives use rather unusual words and constructions, some of which fall into disuse and some are applied in speech for a longer time. The article focuses on such a feature of the “Z” character as a quick change of goals and preferences, and using a large number of new exclamatory constructions testifies to the increased emotionality of this generation representatives.

Keywords: theory of generations; lexical units; classification; values; markers; non-equivalent vocabulary; representative