



VOLUME 9, SEPTEMBER 2026

ISSN: 3060-4958



**UZBEKISTAN STATE WORLD
LANGUAGES UNIVERSITY**

MORE INFO:

www.lingvospektr.uz



t.me/thelinguaspectrum



CONTENTS

LINGUISTICS		4
Sapayeva B.R.	The Artistic Interpretation of the Heroic Figure in Ancient Eastern Epics such as "Gilgamesh" and the "Shahnameh"	5
Mamarasulova G.A.	Translating Political Intent in Uzbek-English Presidential Discourse	11
Abdullaeva R.X.	National-cultural specifics of reflecting the aesthetic assessment of a person in the proverbial linguistic worldview	21
Ibragimova Sh.N.	Why Does AI Understand Some People Better Than Others? A Linguistic Perspective on Human-AI Communication and the Changing Human Mind	33
Khalliyeva G.I., Bazarbayeva J.M.	The Scholarly Study of Bobojon Sanoiy's Works	41
Rustamova D. M.	Phraseology and the dynamics of suspicion: a comparative linguocultural framework for Uzbek and English detective novels	51
Usmanaliyeva S.R.	Semantic structure of national-cultural scripts in English and Uzbek phraseological units: a comparative-cognitive analysis	62
Talibjanova A.L.	The Specificity of Youth Slang in English Journalistic Discourse	71
Akhmedova G.Ya.	Comparative-typological analysis of the concept "loneliness" in English and Uzbek lexicographical sources	78
Khakimova D.I.	Intensity and Typology of Hybridization within Digital Platforms (Materials from Telegram, TikTok, Instagram, Facebook)	85
Ismatov J.I.	Contemporary Trends in the Development of English Cultural Linguistics: Insights from Recent UK Studies	95
Borijonova G.Z.	Jean Rhys's Postcolonial Feminist Response to Brontë's Jane Eyre	102
Nazarova G.A.	The introduction and adaptation of English loanwords into the Uzbek language in the context of globalization	111
Olimova M.X.	Artistic interpretations of the symbol of seven in Uzbek national literary thought	122
Kuchkarov Sh.A.	Transformation of the information and communication environment under the influence of generative artificial intelligence	129
Djumabayeva J.Sh., Atadjanova M.I.	Classification of adverbs in English and Uzbek linguistics: similarities and differences in theoretical approaches	138
Usmonov O.I. Mukhiddinova D.Sh.	Pragmatics of indirect speech in the Russian and Uzbek communicative space	149
Sodiqova S.I., Mukhiddinova D.Sh.	Beyond the proper name: secondary person nominations as markers of social identity in digital media discourse	156

The Specificity of Youth Slang in English Journalistic Discourse

Талибжанова Азиза Лутфуллаевна³

talibjanovaaziza@gmail.com

Senior Lecturer, Department of Practical
English Disciplines No.3,
Uzbekistan State World Languages University

Annotation *Youth slang has moved from the margins of informal talk into the visible texture of English-language journalism. Lifestyle columns, entertainment news, branded social-media feeds, and even some opinion pages now recycle tokens, as well as platform-driven euphemisms. This article examines the specificity of such slang in publicistic discourse: not merely as lexical fashion, but as a set of pragmatic, stylistic, and media-economic operations. Drawing on sociolinguistics of slang, media discourse analysis, and studies of digital youth language, the paper argues that journalistic slang performs identification with younger audiences, compressed evaluation, ironic metacomment, and click-oriented economy of form. At the same time it creates register clashes with the ideals of "serious" news, ages rapidly, and may appropriate subcultural codes. An analytical table maps functions of slang onto typical units, genres, effects, and risks. The discussion shows that English publicistic discourse does not simply quote youth speech; it recontextualizes it under headline constraints, house style, and algorithmic visibility. The conclusion holds that slang in journalism is a hybrid code: it indexes youth while remaining an editorial resource for proximity, affect, and traffic.*

Keywords *Youth slang, journalistic discourse, English media, digital youth language, register, pragmatics, recontextualization, media stylistics*

Ingliz tili publitsistik diskursida yoshlar slengining o'ziga xosligi

Talibjanova Aziza Lutfullayevna

talibjanovaaziza@gmail.com

Ingliz tili amaliy fanlar №3 kafedrası
katta o'qituvchisi,
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

Annotatsiya *Yoshlar slengi endi faqat norasmiy muloqotning chekkasida emas, balki ingliz tilli publitsistika matnining ko'rinadigan qatlamiga aylangan. Lifestyle ruknlari, ko'ngilochar yangiliklar, nashrlarning ijtimoiy tarmoqdagi sahifalari va ayrim fikr-mulohaza matnlari slay, rizz, no cap, mid, cringe kabi birliklar hamda platforma evfemizmlarini qo'llaydi. Maqolada bunday slengning o'ziga xosligi shunchaki moda so'zlar to'plami sifatida emas, balki pragmatik, stilistik va media-iqtisodiy amallar majmui sifatida ko'riladi. Sleng sotsiolingvistikasi, media diskurs tahlili va raqamli yoshlar tili tadqiqotlariga tayanib, publitsistik sleng yosh auditoriya bilan identifikatsiya, ixcham baho, ironik metakommentariy va klik mantiqidagi shakl tejamkorligiga xizmat qilishi asoslanadi. Shu bilan birga u "jiddiy" yangiliklar kanoni bilan registr to'qnashuvini yuzaga keltiradi, tez eskiradi va submadaniy kodlarni noto'g'ri iqtibos qilish xavfini tug'diradi. Tahliliy jadval sleng funksiyalarini tipik*

³ Талибжанова А.Л. — ORCID: 0009-0000-8156-5908

birliklar, janrlar, effektlar va xatarlar bilan solishtiradi. Muhokamada ta'kidlanadiki, ingliz publitsistikasi yoshlar nutqini shunchaki keltirmaydi, balki sarlavha, nashr uslubi va algoritmik ko'rinish ostida qayta kontekstlashtiradi. Jurnalistikadagi sleng gibril kod: u yoshlikni indekslaydi va yaqinlik, affect hamda trafikning tahririyat resursi bo'lib qoladi.

Kalit so'zlar *Yoshlar sleng, publitsistik diskurs, ingliz ommaviy axboroti, raqamli yoshlar tili, registr, pragmatika, qayta kontekstlashtirish, mediastilistika*

Специфика молодежного сленга в публицистическом дискурсе английского языка

Talibjanova Aziza Lutfullayevna

talibjanovaaziza@gmail.com

Старший преподаватель,

Кафедра практических дисциплин

английского языка №3,

Узбекский государственный университет

мировых языков

Аннотация *Молодежный сленг английского языка давно вышел за пределы непринужденного общения и стал заметным слоем публицистического дискурса. Колонки о стиле жизни, развлекательные новости, официальные аккаунты изданий в социальных сетях и отдельные opinion-тексты включают единицы вроде slay, rizz, no cap, mid, cringe, а также платформенные эвфемизмы. В статье специфика такого сленга рассматривается не как набор модных слов, а как комплекс прагматических, стилистических и медиаэкономических операций. Опираясь на социолингвистику сленга, анализ медиадискурса и исследования цифрового молодежного языка, автор показывает, что публицистический сленг служит идентификации с молодой аудиторией, сжатой оценке, ироническому метакомментарию и экономии формы в логике клика. Одновременно он порождает конфликт регистров с каноном «серьезных» новостей, быстро устаревает и рискует неточно цитировать субкультурные коды. Аналитическая таблица соотносит функции сленга с типичными единицами, жанрами, эффектами и рисками. В обсуждении подчеркивается: английская публицистика не просто цитирует молодежную речь, а реконтекстуализирует ее под заголовок, стиль издания и алгоритмическую видимость. Сленг в журналистике – гибридный код: он индексирует молодость и остается редакционным ресурсом близости, аффекта и трафика.*

Ключевые слова *Молодежный сленг, публицистический дискурс, английские медиа, цифровой молодежный язык, регистр, прагматика, реконтекстуализация, медиастилистика*

Введение

Публицистический дискурс английского языка традиционно описывался через оппозицию стандарта и разговорности, «качества» и таблоида, факта и оценки. Молодежный сленг в этой картине занимал периферию: его допускали в цитате героя, в фельетоне, в заголовке бульварного издания, но не в ядре серьезного комментария. Цифровая среда изменила распределение регистров. Одни и те же медиабренды ведут сайт, рассылку, подкаст и короткие вертикальные ролики; молодая аудитория читает новость там, где уже звучит язык TikTok, Discord и групповых чатов. В результате сленговые единицы перестают быть только объектом репортажа («что означает rizz») и становятся материалом самого журналистского высказывания.

Под молодежным сленгом в работе понимается социально маркированный, относительно неустойчивый пласт лексики и устойчивых формул, связанный с возрастными и субкультурными сообществами и выполняющий идентификационную, оценочную и игровую функции (Eble, 1996; Mattiello, 2008). Публицистический дискурс трактуется широко: новости, аналитика, колонка, рецензия, рекламно-информационный материал и институциональная речь СМИ в социальных сетях. Специфика сленга именно в этом поле состоит не в инвентаре единиц – он совпадает с устным и сетевым узусом, – а в условиях переноса: редакционная норма, жанровый шаблон, заголовочная компрессия, ответственность перед разнородной аудиторией и алгоритмы платформ.

Актуальность темы определяется тремя сдвигами. Во-первых, скорость обновления молодежного лексикона выросла: единицы живут месяцы, а не годы, и издания вынуждены либо опаздывать,

либо рисковать фальшивой молодёжностью. Во-вторых, сленг стал инструментом трафика: mid, unhinged, vibe в заголовке обещают эмоциональную рамку быстрее, чем нейтральный дескриптор. В-третьих, часть сленга выполняет цензурно-эвфемистическую работу (unalive вместо suicide), что ставит этический вопрос о точности публичной речи. Научная проблема заключается в том, что имеющиеся описания сленга чаще фиксируют словарный состав, тогда как публицистика нуждается в функционально-дискурсивном анализе: зачем единица попала в текст, какой жанр ее выдерживает и какую цену платит издание за сближение с молодежным кодом.

Цель статьи – выявить специфику функционирования молодежного сленга в англоязычном публицистическом дискурсе. Задачи: обобщить теоретические подходы к сленгу и медиаязыку; предложить функциональную типологию сленговых включений; сопоставить их с жанрами и рисками в аналитической таблице; обсудить стилистические и этические следствия. Методологически работа опирается на социолингвистику, прагматику и критический анализ дискурса: сленг рассматривается как ресурс позиционирования говорящего и как след властных и рыночных отношений в медиаполе.

Обзор литературы

Классическая социолингвистика трактует сленг как антиязык и маркер группы. Eble (1996) показала, что американский студенческий сленг служит солидарности не меньше, чем номинации; единицы быстро входят и выходят из оборота, сохраняя функцию «своих». Mattiello (2008) описала словообразовательные модели английского сленга — клиппинг, блендинг, аффиксацию, семантический – и подчеркнула его

креативность. Coleman (2012, 2014) проследила историю английского сленга и его словаризацию, отметив постоянное напряжение между устной эфемерностью и письменной фиксацией. Эти работы задают инвентарь и социальную мотивацию, но слабо объясняют, что происходит, когда сленг попадает на первую полосу или в подпись к видео национального издания.

Исследования медиаязыка заполняют часть пробела. Bell (1991) связал стиль новостей с аудиторией и концепцией audience design: журналист подстраивает код под воображаемого читателя. Richardson (2007) и Fowler (1991) анализировали идеологию и оценочность в новостном дискурсе; сленг в этой рамке – крайняя форма субъективной модальности. Conboy (2006) описал язык британской популярной прессы, где разговорность и сленг давно работают как товар «народного» голоса. Таблоидная традиция, таким образом, предшествует TikTok, но цифровая среда усиливает плотность молодежных маркеров и сокращает путь от субкультурного кода до заголовка.

Отдельный корпус составляет лингвистика интернета и молодежной цифровой коммуникации. Crystal (2011) зафиксировал новые графические и лексические практики онлайн-английского. Androutsopoulos (2014) ввел понятие транслокальных молодежных стилей и подчеркнул, что сетевой сленг циркулирует между платформами, не совпадая полностью ни с одним офлайн-сообществом. Tagliamonte (2016) на корпусах подростковой речи показала устойчивость разговорных инноваций при их социальной чувствительности. Исследования Black Twitter, AAVE и последующего заимствования белыми медиа (см. обсуждения у Ilbury и смежных работ) предупреждают: публицистика часто извлекает престиж из чужого кода, стирая его этническую и классовую

привязку. Это критически важно для анализа единиц вроде *slay*, *shade*, *woke*, которые прошли путь от сообщества к глянцу.

В славистике и сопоставительных работах молодежный сленг связывают с экспрессивностью публицистики и языковой модой (Химик, 2000; Береговская, 1996; современные исследования медиасленга). Для английского материала продуктивны понятия реконтекстуализации (Bernstein; Linell) и энтекстуализации: журналист вырезает формулу из чата или ролика и вставляет ее в жанр новости, меняя иллокуцию. Прагматика оценки (Martin & White, 2005 – appraisal) позволяет описать *mid*, *iconic*, *toxic* как конденсированные verdicts. Наконец, исследования заголовка и кликбейта (Blom & Hansen, 2015) объясняют, почему короткий сленговый хук вытесняет нейтральное имя события.

Синтез литературы приводит к рабочему тезису. Специфика молодежного сленга в английской публицистике – не уникальность лексем, а их вторичная жизнь в институциональном дискурсе: сленг становится ресурсом audience design, сжатой оценки, метаязыкового объяснения тренда и платформенной оптимизации. При этом сохраняются классические свойства сленга – групповая маркированность и нестабильность, – которые в СМИ превращаются в редакционный риск: опоздание, фальшь, исключение части аудитории и этическая неточность.

Аналитическая таблица и обсуждение

Функциональная карта сленга в публицистике

Таблица 1 суммирует наблюдения литературы и типичную практику англоязычных медиа 2020-х годов. Единицы приведены как иллюстрации моделей, а не как закрытый словарь: состав меняется быстрее, чем успевает академическая фиксация.

Функция сленга	Типичные единицы / модели	Жанр публицистики	Прагматический эффект	Риск / ограничение
Идентификация и «мы-группа»	slay, rizz, no cap, ate (and left no crumbs), it's giving...	Колонки lifestyle, молодежные приложения медиа, соцсети изданий	Сигнал принадлежности к цифровой молодежи; снижение дистанции с аудиторией Z / альфа	Быстрое устаревание; исключение старших читателей
Оценка и эмоция	mid, cringe, based, sus, fire, toxic, iconic	Рецензии, развлекательные новости, комментарий	Сжатая аксиология: сложная оценка в одном токене	Семантическая размытость; конфликт регистров в hard news
Ирония и метаязыковая игра	Кавычки, хештеги, мемные формулы, mock-formal + slang	Сатира, opinion, заголовки-кликбейт	Двойной код: сообщение + комментарий к самому коду	Неверное считывание буквального смысла
Эвфемизация / табу	unalive, SA, pw, spicy content; инициальные аббревиатуры	Соцплатформы СМИ, материалы о насилии и психическом здоровье	Обход модерации и алгоритмов; смягчение травматичных тем	Размывание точности; этический спор о «маскировке»
Экономия и кликабельность	Короткие императивы и хуки: vibe check, plot twist, glow-up	Заголовки, лиды, push-уведомления, тизеры	Высокая информационная плотность и вирусность	Клише; потеря доверия «серьезного» бренда
Индексация тренда / новости культуры	Заимствования из TikTok, Black Twitter, геймерского и фандомного кода	Культурная журналистика, explainers («что значит X»)	Публицистика становится словарём эпохи; метасленговый жанр	Культурная апроприация; неточное цитирование субкультур

Таблица 1. Функции молодежного сленга в англоязычном публицистическом дискурсе

Обсуждение

Таблица показывает, что одна и та же лексема может менять статус в зависимости от жанра. В explainer-тексте rizz – объект описания и почти термин; в заголовке развлекательной колонки – оценочный предикат и крючок; в hard news о политике

она, как правило, неуместна, если только не цитируется. Специфика публицистического сленга поэтому жанрово расслоена. Чем ближе текст к сервисному и развлекательному полюсу, тем выше плотность сленга; чем ближе к расследованию и официальной хронике, тем

чаще сленг изгоняется в кавычки или в уста источника.

Второй вывод касается гибридности кода. Журналист редко говорит «как в чате»: орфография нормализуется, мат смягчается, синтаксис остается газетным. Получается стилизация молодёжности, а не её стенограмма. Отсюда эффект «cringe» у самой целевой аудитории, если издание использует уже мертвую формулу или смешивает поколения сленга. Третий вывод – экономический. Сленг дешев как средство маркировки современности и дорог как средство точности. Эвфемизмы платформ защищают аккаунт от теневого бана, но могут затемнять факт. Заимствование из AAVE и квир-сообществ без атрибуции дает тексту «свежесть» и одновременно воспроизводит неравный доступ к символической прибыли.

Наконец, публицистика выполняет словарную функцию: жанр «what does X mean?» институционализирует сленг, переводя его из антиязыка в общедоступный лексикон. Парадокс в том, что словаризация убивает конспиративную силу сленга и одновременно продлевает его жизнь в медиа. Таким образом, английский публицистический дискурс – не зеркало молодёжной речи, а машина отбора,

перевода и коммерциализации её самых кликабельных фрагментов.

Заключение

Молодёжный сленг в публицистическом дискурсе английского языка специфичен не списком модных слов, а правилами их встраивания в институциональный текст. Он работает как маркер близости к цифровой молодёжи, как сжатый оценочный оператор, как ироническая рамка и как инструмент заголовочной экономии. Жанр определяет допустимую плотность: в lifestyle и соцсетевых форматах сленг становится почти нормой, в серьёзной новости – цитатой или запретом. Редакционная стилизация неизбежно искажает устный и платформенный узус, порождая риски фальши, устаревания, исключения старших читателей и неэтичного заимствования субкультурных кодов. Практический вывод для медиалингвистики состоит в том, чтобы описывать сленг публицистики функционально и контекстно, а не только лексикографически. Для редакции вывод проще и жестче: сленг оправдан там, где он уточняет отношение и не подменяет факт; он вреден там, где имитирует молодость ценой ясности и уважения к источнику кода.

References:

1. Androutsopoulos, J. (2014). Moments of sharing: Entextualization and linguistic repertoires in social networking. *Journal of Pragmatics*, 73, 4–18. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.07.013>
2. Bell, A. (1991). *The language of news media*. Blackwell.
3. Blom, J. N., & Hansen, K. R. (2015). Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76, 87–100. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010>
4. Coleman, J. (2012). *The life of slang*. Oxford University Press.
5. Coleman, J. (2014). *Global English slang: Methodologies and perspectives*. Routledge.
6. Conboy, M. (2006). *Tabloid Britain: Constructing a community through language*. Routledge.
7. Crystal, D. (2011). *Internet linguistics: A student guide*. Routledge.
8. Eble, C. (1996). *Slang and sociability: In-group language among college students*. University of North Carolina Press.
9. Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. Routledge.

10. Martin, J. R., & White, P. R. R. (2005). *The language of evaluation: Appraisal in English*. Palgrave Macmillan.
11. Mattiello, E. (2008). *An introduction to English slang: A description of its morphology, semantics and sociology*. Polimetrica.
12. Richardson, J. E. (2007). *Analysing newspapers: An approach from critical discourse analysis*. Palgrave Macmillan.
13. Tagliamonte, S. A. (2016). *Teen talk: The language of adolescents*. Cambridge University Press.
14. Береговская, Э. М. (1996). Молодежный сленг: Формирование и функционирование. *Вопросы языкознания*, (3), 32–41.
15. Химик, В. В. (2000). *Поэтика низкого, или Просторечие как культурный феномен*. Филологический факультет СПбГУ.