

УДК 811'37

СЛЕНГОВЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ КАК СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ ВОСТОРГА У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Старовойтова Екатерина Андреевна

студент факультета иностранных языков

Могилевского государственного университета имени А. А. Кулешова

(г. Могилев, Республика Беларусь)

e-mail: sstarovoytova@bk.ru

В статье рассматриваются сленговые заимствования, употребляемые в речи (в основном, молодежи) для выражения грубовато-фамильярного, иногда ироничного или шуточного отношения к предмету речи. Распространенность заимствований в сленге, жаргонах и аргоне детерминирована употреблением неоло-

гизмов, не имеющих эквивалентов в языке-реципиенте, необходимостью уточнить близкое понятие, тенденцией к экономии средств языка, элитарным восприятием иностранного языка, стремлением к детализации и др.

Ключевые слова: русский язык, английский язык, сленг, заимствования, адаптация

The article discusses slang borrowings used in speech (young speech mostly) to express a rude, familiar, sometimes ironic attitude to the subject of speech. The prevalence of borrowing in slang, jargon and argot is determined by the use of neologisms that have no equivalents in the recipient language, the need to clarify a similar notion, the tendency to save money, the elite perception of a foreign language, the desire for detail, etc.

Keywords: Russian language, English language, slang, borrowings, adaptation

Английский язык является в современном мире самым распространенным языком международного общения. Волны завоеваний и миграций, процессы ассимиляции и экономические отношения, помогли распространить ценности британцев, их традиции и язык в различные части мира. Заимствования из английского языка встречаются практически во всех европейских языках во всех без исключения сферах коммуникации современного человека. Попали под мощное влияние английского языка и русскоговорящие страны. Объем англоязычной лексики в русском языке увеличивается с каждым годом. Англицизмы проникают во все слои лексики, начиная от сленга, заканчивая литературным языком. Последствия обширного распространения англоязычной лексики разнообразны: расширение словарного запаса носителей языка, с одной стороны, и утрата оригинальности и самобытности русской лексической системы, с другой. Особую симпатию вызывают англицизмы у молодых людей, которые стремятся, в силу своего возраста, употреблять слова, отличающиеся от общепринятой речевой нормы.

Сленговые заимствования – это лексические единицы, перенесенные из иностранного языка и употребляемые в речи (в основном молодежи) для выражения грубовато-фамильярного, иногда юмористического отношения к предмету речи. В сленге эффект иноязычных заимствований определяется необычностью их звучания, экзотичностью, поскольку они в преобладающем большинстве остаются варваризмами.

Причинами использования заимствований в жаргонах, сленге и арго являются: 1) потребность в наименовании новой вещи, понятия, явления, особенно тех, которые не имеют однословных русских эквивалентов (*спиннер, спам*); 2) необходимость в разграничении близких, но различных понятий (*геймер, погамер*); 3) желание выразиться максимально точно, детализировать значение некоторого специального вида предметов или

понятий (*бойфренд* – человек мужского пола связанный романтическими отношениями); 4) замена словосочетаний однословными наименованиями (*бизнесменить* – суесться из-за маленькой прибыли); 5) престижность иноязычного слова, коммуникативная актуальность (*блек, анкл бенс* для номинации чернокожих) [3].

Сленговые заимствования в отличие от заимствований в литературном языке обусловлены в большей степени потребностью в экспрессии, нежели в номинации. Это объясняется тем, что главной задачей сленга является передача эмоционально-экспрессивной оценки. А иноязычная лексика сразу создает впечатление оригинальности и незаурядности речи говорящего. Такой отклик на заимствования ведет к увеличению числа заимствованной лексики, особенно англицизмов, в речи молодежи [1].

Для того чтобы выявить сленговые заимствования, выражающие восторг, было проведено анкетирование, участие в котором приняли 117 информантов различных возрастных категорий, занимающиеся разной профессиональной деятельностью. Для определения наиболее популярных заимствованных лексических единиц, описывающих восторженные эмоции, было опрошено 39 молодых людей школьного возраста и 78 студентов. При этом 57 молодых людей являются студентами факультета иностранных языков, остальные же 60 участников анкетирования не связаны с изучением английского языка на профессиональном уровне. Также в задачи анкетирования входило определение основных причин и источников заимствования. Исследование показало, что словарный запас молодых людей с каждым годом расширяется с помощью заимствованной лексики. Современная молодежь не только заимствует из английского языка те или иные лексические единицы, но и трансформирует их в соответствии с правилами и законами русского языка.

На основе полученных результатов опроса, можно выделить следующие типы сленговых заимствований: 1) устойчивые – заимствования, которые не изменились в процессе вхождения в лексический состав языка-реципиента, т. е. являются результатом транслитерации (*айс, бьютифул*); 2) видоизмененные – заимствование, которые претерпели определенные изменения при вхождении в систему русского языка (*бестовый, драйвово, лайкать*). В свою очередь видоизмененные заимствования можно разделить по способу заимствования: а) усеченные (*экс, хайфай*); б) аффиксальные (*файново, трушность*); в) аббревиальные (*РОФЛ, ОМГ*).

Отдельное место среди видоизмененных заимствований занимают псевдоанглицизмы – слова или словосочетания, образованные из английских слов и морфем, но отсутствующие в английском языке, либо имеющие

в нем иной смысл. Примером псевдоанглицизма является слово *грэйтбл*, состоящее из английского слово *great* и английского суффикса *-able*, но не входящее в лексический состав английского языка. Впервые этот псевдоанглицизм был употреблен в сериале «Даешь молодежь» и с тех пор он вошел в лексический состав русского языка как «заимствование». Еще один псевдоанглицизм, обнаруженный в речи информантов, – это *майгодэбл* как выражение крайней степени удивления и восхищению, образованное от словосочетания *my god* и английского суффикса *-able*.

Исследование показало, что изменения при заимствовании могут быть не только внешними (написание слова), но и внутренними (значение слова). Из этого следует, что сленговые заимствования, выражающие восторг, могут быть: 1) первичные – сохранившие свое первоначальное значение; 2) вторичные – изменившие свое значение в системе другого языка; 3) компромиссные – те, которые не только сохранили свое первоначальное значение, но и приобрели новое в системе языка-реципиента.

К первичным заимствованиям относятся такие слова, как *интерстинг*, *найс*, *лав*. К вторичным заимствованиям можно отнести *бенч*, *шокинг блю*. В английском языке слово *bench* обозначает твердую, плоскую поверхность, например скамью или террасу, в русском же сленге заимствованное слово приобрело значение чего-то хорошего, «классного». *Shocking blue* – название популярной в 1970-е гг. англоязычной музыкальной группы в русском языке трансформировалось в обозначение хорошей, спокойной ситуации. При этом носители русского языка не воспринимают данное сочетание слов как название музыкальной группы. Это доказывает, что в процессе адаптации иноязычное слово утратило свое первоначальное значение и приобрело новое. Ярким примером компромиссного заимствования является аббревиатура *ОМГ*, которая в современном русском сленге имеет два значения: обозначение чего-то странного и восторженное восклицание. Важно отметить, что ее значение в основном определяется с помощью интонации или же исходя из контекста. *Кашемир* также является примером компромиссного заимствования, так как наравне с оригинальным значением (легкая шерстяная и полушерстяная ткань) в русском сленге данное слово приобрело значение чего-либо хорошего, отличного. В результате исследования было выявлено 78 случаев первичных, 6 вторичных и 4 компромиссных англоязычных заимствований.

Изменение или появление нового значения у заимствованного слова или выражения обусловлено тем, что молодые люди при использовании того или иного иностранного слова не всегда знают его лексическое значение (только 76% опрошенных уверены в семантической правильности упо-

требляемых слов). Поэтому при употреблении иноязычного слова многие молодые люди склонны придавать ему новое значение, отличное от первоначального.

Наиболее популярным проводником англоязычной лексики в сленг русскоязычной молодежи является индустрия развлечения (кино, музыка, телевидение). Также большое влияние на популяризацию и распространение заимствованной лексики среди молодого поколения оказывают социальные сети в интернет. Посредством сленговых заимствований молодые люди пытаются стать частью той или иной молодежной субкультуры, где англоязычная лексика формирует основной понятийный пласт коммуникации.

Список литературы

1. Дьяков, А. И. Словообразовательный потенциал и словообразовательная активность англицизмов в русском языке / А. И. Дьяков // Вести науки Сибири. Серия 2, Филология. Педагогика. – 2012. – № 4. – С. 252–256.
2. Полозова, С. В. Иноязычные заимствования как источник пополнения лексико-фразеологического состава современных русских жаргонов / С. В. Полозова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2008. – № 3. – С. 83–87.