

## МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ АМЕРИКАНСКОГО МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА

*В статье анализируется состав лексических единиц, наиболее широко вступающих в процесс метафоризации в американском студенческом сленге.*

*The article analyzes the stock of lexical units involved in the creation of metaphors in the American College slang.*

Метафора – универсальное явление, присущее человеческому мышлению и языку, различным формам его существования. Традиционно исследование метафоры проводят на материале единиц, принадлежащих одной тематической группе. В центре внимания данной статьи – не одна тематическая группа, а состав различных тематических групп, наиболее активно вступающих в процесс метафоризации в американском студенческом сленге [3].

Язык молодежи – это способ нетрадиционно отражать отношение говорящего к действительности в соответствии с социально-групповым видением и вкусом. Метафора часто помогает реализации данной цели. При декодировании подобных метафор на первом месте оказывается не объект, требующий обозначения, а уже известный объект и его имя [1, с. 36]. Поэтому изучение метафоры целесообразно начинать с исследования ее источника. Анализ источников метафор позволяет утверждать, что в американском студенческом сленге ряд тематических групп обладает наибольшим метафорическим потенциалом, т. е. в состав этих групп входит большее количество лексических единиц, активно вовлекаемых в процесс метафоризации.

Одним из основных источников метафоризации в американском студенческом сленге являются имена собственные. Имена собственные включают женские имена (*Betty* ‘an attractive woman’, *Jane* ‘any female’) и мужские имена (*Larrie* ‘someone who is beyond stupid’, *Jake* ‘a poor person, smelly, and wears hand-me-downs’). Обычно женские имена используются для обозначения представительниц женского пола, а мужские имена – для обозначения мужчин. Но есть и некоторые исключения из этого правила. Так, женские имена встречаются в номинациях женоподобных мужчин, а некоторые имена собственные не проводят границ в отношении представителей разных полов (*Larry* ‘derogatory term, moron, can apply to females even though the word is actually a male name’, *Joe Blow* ‘an ordinary, average person’). Помимо семьи, указывающей на пол, большинство метафор включает в семантику указание на характеристику внешних или внутренних признаков человека (*Joe Brooks* ‘a perfectly dressed person, student’). Интересно, что имена собственные людей

могут служить источником метафорических переносов для номинации предметов, веществ и абстрактных понятий (*Jack* 'money', *John Blaze* 'very good', *Mary Jane* 'term used for marijuana'). Однако в таких случаях метафоричность спорна, так как внутренняя форма подобных номинаций затемнена.

В сленге, как и в литературном языке, подвергаются метафоризации названия животных (зоонимы). Высокий метафорический потенциал зоонимов обусловлен как фактором типичности, так и фактором «экзотичности» имени, возбуждающими фантазию носителей сленга. Зооморфная метафора возникает на базе наименований домашних и диких млекопитающих (*bear* 'a hairy, beefy gay male', *big dog* 'an important person', *pony* 'someone who wears a weave or fake hair'), названий птиц (*birds* 'a female's breast', *chick* 'another name for a girl'), насекомых (*maggot* 'a despicable devious person', *flea bag* 'someone who is unwashed'). При этом зооморфная метафора не только дает яркую характеристику человека, но и вуалирует названия алкоголя и наркотиков (*roach*, *bug juice*), частей тела (*birds*, *zipperfish*) и др. Меньшим метафорическим потенциалом обладают ботанические наименования (*wallflower* 'a person who is very shy', *weed* 'a slang name for marijuana', *stems* 'a female's legs').

Помимо зооморфной метафоры в американском студенческом сленге широко распространена «кулинарная» метафора. Активно подвергаются метафоризации названия продуктов питания: мясных (*bacon* 'the police or law enforcement', *beef* 'a problem, disagreement with someone or something'), молочных (*butter* 'good; nice; attractive; great', *milk* 'using it for all its worth'), мучных (*bread* 'money', *roly-poly* 'a word for an obese person'), сладостей (*eye-candy* 'something / someone attractive', *jelly* 'a tranquilizer'). В ряде случаев наименование продукта питания входит в состав сложной номинации (*ice cream habit* 'occasional use of drugs', *jungle juice* 'a collection of all the alcohol you can get mixed into a jug when you cannot get enough of one certain kind'). Различные названия фруктов и овощей, используемых в пищу, также вовлекаются в процесс метафорического переноса (*banana* 'an attractive person of the opposite sex', *fruit* 'a loser', *melon* 'head', *cabbage* 'a brain-dead person'). Как отмечал С.Б. Флекснер, еда – это один из самых популярных образов в сленге: «Food from the farm, kitchen, or table, and its shape, color, and taste suggest many slang metaphors. This is because food can appeal to taste, smell, sight, and touch, four of our five senses; because food is a major, universal image to all people, all sub-groups; because men work to provide it and women devote much time to buying and preparing it; because food is before our eyes three times every day» [2].

Довольно активно метафоризации подвергаются сложные номинации, в состав которых входят соматизмы. При этом соматизм подвергается метонимическому переносу по модели «часть – целое», а вся сложная номинация переосмысливается еще и метафорически (*rag head* 'a derogatory word for Arabs', *nut-head* 'someone who is really stupid', *big mouth* 'one who talks too much').

В американском студенческом сленге значительный метафорический потенциал проявляют наименования людей (*backdoor man* 'a married woman's lover', *player* 'someone who dates more than one person at a time', *kid* 'a friend'), названия сказочных персонажей и вымышленных существ (*troll* 'an unattractive female', *Z-monster* 'being so tired you can't keep your eyes open', *Mickey Mouse* 'a waste of time'), вещественные имена (*axe grease* 'stiff pomade, hair spray or gel', *sugar* 'a kiss', *antifreeze* 'alcohol, liquor'), названия контейнеров (*idiot box* 'television', *attic* 'the human head', *jugs* 'breasts') и др.

В целом следует отметить, что американский студенческий сленг характеризуется наличием ряда тематических групп лексики, обладающих наибольшим метафорическим потенциалом. Среди них выделяются тематические группы, активно подвергающиеся метафоризации как в литературном языке, так и в сленге (имена собственные, соматизмы, зоонимы и др.), что свидетельствует о богатом импликационале лексических единиц, принадлежащих данным тематическим группам. С другой стороны, имеет место избирательность ряда тематических групп и их составляющих для образования сленговой метафоры в связи с номинативными потребностями носителей рассматриваемой языковой подсистемы.

### Литература

1. Лагута, О.Н. Метафорология: теоретические аспекты / О.Н. Лагута. – Новосибирск: Новосибирский гос. ун-т, 2003. – Ч. 1. – 144 с.
2. Preface // Dictionary of American Slang / compiled and ed. by H. Wentworth and S.B. Flexner. – New York: Tomas Y. Crowell Publishers, 1975. – p. 6-15.
3. *Xin-An, Lu. A Concise Collection of College Students's Slang* / Xin-An Lu. – Lincoln, NE: iUniverse, Inc. – 126 p.