

НЕОЛОГИЗМЫ В ОБЩЕМ СЛЕНГЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**Е. В. Рубанова**

(Учреждение образования «Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова»,
кафедра иностранных языков»)

В статье рассматриваются общие сленгизмы среди неологизмов сленга английского языка, возникших в период с 2015 по 2020 г. Данные сленгизмы классифицированы на аналоги и универбы. Среди аналогов выявляются основные синонимические ряды. Универбы анализируются с учетом направлений номинаций.

Исследователи субстандрта по-разному подходят к трактовке термина «сленг». В этимологическом словаре указано, что термин slang в английском языке к 1756 г. закрепился для обозначения специальной лексики бродяг и воров. В 1801 г. отмечается использование данного термина как синонима жаргона определенной профессии. К 1818 г. под сленгом стали понимать неформальный язык, характеризующийся яркостью и новизной [3]. Таким образом, сленг представляет собой ту языковую подсистему, в которой неологические процессы протекают наиболее активно.

Объектом исследования являются сленгизмы, период возникновения которых ограничен 2015–2020 гг. [1]. В данной статье рассматриваются сленгизмы так называемого общего сленга, т. е. сленгизмы, не маркированные как результат территориальной, социально-профессиональной или расовой вариативности сленга. Общий сленг определяется как «относительно устойчивая для определенного периода, широко распространенная и общепонятная социальная речевая микросистема, весьма неоднородная по своему генетическому составу и степени приближения к фамильярно-разговорной речи, с ярко выраженной эмоционально-экспрессивной коннотацией вокабуляра, представляющей часто насмешку над социальными, этическими, языковыми и другими условностями и авторитетами» [7, с. 39].

К общим сленгизмам из сплошной выборки, включающей 352 сленгизма онлайн словаря Дж. Грина [6], относится около 10%. Таким образом, можно утверждать, что доля общих сленгизмов, не ограниченных территориально, среди новой сленговой лексики довольно мала. Такое явление вполне объяснимо, так как многие исследователи считают, что общий сленг в основном заимствует единицы специального сленга, а для перехода и деспециализации специальных сленгизмов необходимо время.

Среди единиц просторечия, куда включают общий сленг, выделяют две группы: аналоги и универбы. По определению Т. М. Беляевой и В. А. Хомякова, аналоги – это просторечные единицы, которые являются синонимами слов литературного стандарта. Универбы – это просторечные единицы, не имеющие однословных наименований в литературном стандарте [5].

Среди сленговых неологизмов отмечаются как аналоги, так и универбы. Аналоги расширяют следующие синонимические ряды:

- 1) названия частей тела (*jemimas* ‘the female breasts’);
- 2) названия расовой и национальной принадлежности людей (*Rhapsody in Blue* ‘a Jew’);
- 3) названия людей в соответствии с особенностями внешности (*worldie* ‘an exceptionally attractive individual’);
- 4) названия людей в соответствии с особенностями поведения (*wetter* ‘a weakling’, *tight* ‘a miser’);
- 5) названия эмоционального состояния людей (*poo* ‘depressed, unhappy, dissatisfied’);
- 6) названия устройств (*lappy* ‘a laptop computer’);
- 7) названия построек (*the Pipe* ‘the Rotherhithe Tunnel, London’) и др.

Среди указанных синонимических рядов отмечаются как те, что традиционно выделялись уже давно (drinking, drunkenness, the sexual organs and act [4, с. 29]), так и иные. Данные неологизмы еще раз доказывают присущее сленгу стремление к избыточности номинации и превалирование экспрессивной функции. Подобные номинации весьма многочисленны в сленге, а указанные синонимические ряды постоянно пополняются, ведь на смену одним сленговым номинациям приходят другие. Подобную тенденцию отмечали давно, а Э. Партридж давал ей следующее объяснение: «That emotion, more than thought, lives behind and causes slang and determines most of the manifestations of slang, is hardly to be doubted» [4, с. 18].

В отличие от аналогов универбы фиксируют новые фрагменты действительности или обращают внимание на явления, которые не получили стандартного обозначения в литературном языке: *bareface* ‘used as n. for one who refuses without a medical reason, to wear a mask during the Covid pandemic’, *pied* ‘rejected by a lover’, *becky* ‘use of generic name to describe a white woman who is seen as using her inborn privilege as a means of advancement’ и др. Среди подобных неологизмов представлены единицы, указывающие на социальные явления современной действительности (*NHI* ‘a cynical dismissal by police of a victim in black-on-black, or gang-vs-gang killing’), и сленгизмы, созданные для описания интимной сферы жизни (*stealthng* ‘the superstitious removal by the male partner of a condom during intercourse against the express wishes of his female partner’).

Если аналоги выполняют функцию экспрессивной реноминации, универбы в первую очередь выполняют номинативную функцию, так как не имеют однословных синонимов в литературном языке. Прогнозируя судьбу сленгизмов, говорят, что вероятность проникновения универбов в стандарт выше, чем аналогов. Тем не менее, только время может подтвердить или опровергнуть данную идею, так как переход сленгизмов из общего сленга в литературный разговорный язык не является регулируемым процессом. На наш взгляд, выше вероятность перехода в литературный разговорный язык у универбов, называющих фрагменты изменяющейся действительности. Учитывая, что «today, however, a sportscaster, news reporter, or comedian may introduce a lively new word already used by an in-group into millions of homes» [2], подобные сленгизмы через средства массовой информации, освещающие общественно-социальную действительность, могут преодолеть границы сленга.

В приведенной цитате обращает на себя внимание и слово ‘lively’. Итак, что же делает сленговый неологизм ‘живым, ярким’? На наш взгляд, яркой может быть не только новизна значения, характерная для универбов, но и новизна формы. Например, наблюдается сочетание адъективной основы *wet* и суффикса *er* для создания существительного *wetter*. В результате рифмовки возникают аналоги *Rhapsody in Blue* ‘a Jew’ и *Katie Price* ‘attractive, nice’. Обращают на себя внимание сленгизмы, по форме совпадающие с именами собственными (*Katie Price* ‘attractive, nice’). Новизна формы может сочетаться с новизной значения. Например, новое значение универба *NHI* ‘a cynical dismissal by police of a victim in black-on-black, or gang-vs-gang killing’ поддерживается новизной формы акронима *NHI*, который расшифровывается как *No Humans Involved*.

Литература

1. Green, J. Green’s Dictionary of Slang. – Режим доступа: <https://greensdictofslang.com>. – Дата доступа: 23.05.2021.
2. Maurer, D. W. Slang. – Режим доступа: <https://www.britannica.com/topic/slang>. – Дата доступа: 14.01.2022.
3. Slang / Online Etymology Dictionary. – Режим доступа: <https://www.etymonline.com/search?q=slang>. – Дата доступа: 14.01.2022.
4. Partridge, E. Slang To-day and Yesterday / E. Partridge. – London : Boston and Henley. – reprinted 4th ed., – 1979. – 476 p.
5. Беляева, Т. М. Нестандартная лексика английского языка / Т. М. Беляева, В. А. Хомяков. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1985. – 136 с.

6. Рубанова, Е. В. Новая лексика в современном английском языке / Е. В. Рубанова // Семантический потенциал языковых единиц и его реализация : тез. докл. Междунар. науч. конф., Минск, 20–21 окт. 2021 г. / редкол.: Л. М. Лещёва (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2021 – С. 176–178.

7. Хомяков, В. А. Введение в изучение слэнга – основного компонента английского просторечия / В. А. Хомяков. – Вологда : М-во просвещения РСФСР, Вологод. гос. пед. ин-т, 1971. – 104 с.