

ДЕКОДИРОВАНИЕ СУБСТАНТИВНОЙ МЕТАФОРЫ В АМЕРИКАНСКОМ СТУДЕНЧЕСКОМ СЛЕНГЕ

В соответствии с интеракционистской теорией метафоры, целью метафоры является не замещение формального сравнения или любого другого буквального утверждения, а создание сходства. Рассмотрим главный субъект метафоры (в терминологии М. Блэка) «сквозь» метафорическое выражение, так как главный субъект «проецируется» на область вспомогательного субъекта.

Очевидно, что в американском студенческом сленге легче подвергаются декодированию метафоры, которые базируются на общеизвестных ассоциациях и активизируют в сознании визуальные образы. В их основе лежат признаки, воспринимаемые органами чувств:

- 1) размер (*big dog* 'an important person'),
- 2) цвет (*lobster* 'a very sunburnt person', *lettuce* 'money'),
- 3) звук (*noise* 'anything said that one does not like or agree with'),
- 4) темпоральность (*old bag, old hag* 'an elderly woman'),
- 5) форма (*melon* 'head', *jug handles* 'ears, usually large or protruding'),
- 6) тактильность (*jelly* 'a tranquilizer', *axe grease* 'hair spray or gel'),
- 7) положение в пространстве (*attic* 'the human head'),
- 8) функция/функциональное предназначение (*barn door* 'fly or zipper'),
- 9) сила воздействия (*smash* 'a success', *incentive* 'cocaine').

В подобных случаях метафора успешно выполняет роль призмы, так как называемое рассматривается через названное. Так, метафора *attic* 'the human head' позволяет подчеркнуть не только общее для чердака и головы верхнее положение в пространстве, но и задает оценочное значение голове как пустому либо «захламленному» вместилищу идей, информации. Вполне закономерны в таком случае и номинации типа *airhead, fat-head, meat-head, nut-head, numbskull* для обозначения глупого человека.

В основе представленных метафор лежат образы, которые предоставляют довольно узкий диапазон для интерпретации обозначаемого. Но даже в подобных метафорах обнаруживается актуализация набора ассоциаций. Например, при декодировании метафоры *big guns* 'very powerful person or people' помимо признака размера обращают на себя внимание и импликации, связанные с представлениями об оружии как опасном предмете. Эта метафора позволяет оценить людей, обладающих властью, как тех, кого следует остерегаться.

Метафора может строиться и на более целостном образно-ассоциативном представлении о вспомогательном субъекте. Например, в американском студенческом сленге широко распространена «кулинарная» метафора. При этом одни «кулинарные» метафоры актуализируют положительные импликации, связывая образы вкусных, полезных, необходимых для здорового существования продуктов с положительными характеристиками главных субъектов метафоры (*butter* 'good; nice; attractive; great', *sugar* 'a kiss'). А другие названия (возможно, не менее полезных) продуктов служат для метафорического обозначения отрицательно оцениваемых объектов номинации (*onion* 'a police officer', *fruit* 'a loser', *cabbage* 'a brain-dead person'). Так как еда и продукты питания воздействуют на разные органы чувств, многие «кулинарные» метафоры в сленге активизируют в сознании комплекс ассоциаций.

При исследовании метафоры в американском студенческом сленге не всегда «разгадка» метафоры видится убедительной. Во-первых, в ряде случаев буквальное значение, которое служит отправной точкой при расшифровке метафоры, допускает разные варианты. Например, метафора *scrub* 'a dirty looking person' может рассматриваться как сквозь призму значения 'кустарник, поросль' (*scrubby* в американском английском обозначает нечто низкорослое, захудалое, ничтожное, поросшее кустарником, заросшее щетиной), так и сквозь фокус буквального значения омонима *scrub* 'чистка щеткой, жесткая щетка' (соответственно глагол *scrub* означает 'тереть, скрести, чистить').

Во-вторых, для американского студенческого сленга характерна так называемая *reverse morality* («обратная мораль»). В этой связи метафоры могут актуализировать в эмоционале импликации, прямо противоположные общеизвестным. Например, в литературном английском языке *pimp* обозначает сводника, а в американском студенческом сленге нечто или кого-то привлекательного; слово *posh* используется для названия наркотического вещества; *riot* – для характеристики чего-то смешного, веселого. Учитывая то, что «общепринятые ассоциации» удовлетворяют только самым стандартным случаям, очевидно, что создатель метафоры в нелитературной подсистеме английского языка может уходить от общеизвестных ассоциаций.

В-третьих, не всегда за кажущейся метафоричностью на самом деле скрывается метафора. Так, одним из источников метафоризации в американском студенческом сленге являются имена собственные. Обычно традиционные женские имена используются для обозначения представительниц женского пола, а мужские имена – для обозначения мужчин. Не все подобные случаи при более скрупулезном анализе можно отнести к метафоре. Например, этимология сленгизма *larry* 'a fool' связывается с ирландским словом *leary* 'an idler', *joe* 'coffee' – с Java, сленгизм *Mary Jane* 'marijuana' представлен как буквальный перевод испанской номинации. Таким образом, о метафоричности имен собственных можно однозначно говорить лишь в том случае, если в процессе метафоризации актуализируются закрепленные в культуре коннотации (*Jake* 'the rural proper name') либо используются типичные женские или мужские имена (*Jane* 'any female').

Подводя итог, следует отметить, что декодирование метафор в американском студенческом сленге требует, с одной стороны, знания системы общепринятых ассоциаций, с другой стороны, знания особой системы импликаций, созданных внутри социальной группы. Корректное декодирование метафор в американском студенческом сленге помогает раскрыть некоторые особенности языковой картины мира и миропонимания молодежи.