

Gintautas Kundrotas  <https://orcid.org/0000-0002-1579-0629>

Vytautas Magnus University
gintasslav@gmail.com

Lina Vizgirdė  <https://orcid.org/0000-0001-6913-7089>

Vytautas Magnus University

Компаративный анализ русских и английских сленговых антрополексем

Аннотация

В данной статье проводится сопоставительный анализ русских и английских антрополексем молодёжного сленга. Антрополексемы – это антропоцентрически ориентированные номинации, раскрывающие качественные характеристики человека. Антрополексемы – разнородный, в семантическом плане, фрагмент языкового словаря, отражающий специфику ассоциативного мышления, особенности восприятия окружающего мира, других людей и самого себя. Сопоставительный анализ единиц данной микросистемы в русском и английском молодёжном сленге продемонстрировал целый ряд семантических сходств.

Ключевые слова: антрополексема, сленг, эмоционально-оценочный компонент, мелиоратив, дерогатив, экспрессивный этноним

Введение

Антропоцентризм – тип философского мировоззрения, согласно которому человек является *центром* и целью мироздания, основным субъектом и объектом культуры. Человек, его физиологические, психологические, эмоциональные особенности, специфика сознания и мышления, культура, ценности, межличностные и социальные отношения оказываются в центре трансдисциплинарной науки и таким образом отражают свойственный современности *антропологический дискурс* (англ. *anthropological discourse*) Антропоцентризм – это и один из главных принципов современной лингвистики, *новый объект научного исследования, которой является языковая*

личность и ее „лингвокреативные“ (языкотворческие) способности (англ. *lingvo-creative phenomenon*).

В данной статье будет рассматриваться лексическая микросистема, одна из множества лексических групп языка, которую ввиду ее категориальной принадлежности следует исследовать с антропоцентрических позиций. Данную микросистему и саму по праву можно назвать *антропоцентричной*, поскольку в центре ее семантического поля находится ЧЕЛОВЕК.

Разные авторы, приводят разные определения данной семантической микросистемы и обозначают ее как: *лексико-семантическую группу, лексическую группу, тематическую группу, семантическое (или лексико-семантическое) поле*, а также как *семантическую зону* и т.п. Считаем, что точнее всего было бы назвать эту группу слов *антрополоксическим классом*, единицы которого – *антрополексемы* т.е., слова характеризующие человека. Следует четко разграничить понятия *антрополексема* и *антропоним* - имя собственное, называющее человека, но не приписывают ему никаких качеств, которые в данной статье не анализируются.

Возможно, термин *антрополексема* не является широко распространенным в лексикологических работах, однако именно он показался нам наиболее подходящим и точным для того, чтобы охарактеризовать данную лексическую микросистему.

Антрополексемы – оригинальный языковой материал, отражающий специфику ассоциативного мышления, *особенности понимания окружающего мира, других людей и самого себя*. Это прагматические единицы, прагматическим компонентом значения можно считать „общую сумму коннотаций“ (т.е. социальная, этическая, эмоциональная, ассоциативная доли, сопровождающие лексическое значение и частично входящие в структуру слова), подобным единицам свойственен *оценивающий компонент*, так выражается основная человеческая склонность – оценивать окружающий мир. *Антрополексемы* – разнообразный в семантическом плане, фрагмент языкового словаря, раскрывающий черты и характеристики человека: физические и физиологические особенности, черты характера, темперамент, особенности поведения, эмоциональные состояния, образ мышления, мировосприятие, склонности, привычки, социальные функции и т.п. Наиболее удачным представляется такое определение антрополексемы: „*Антрополексема – антропоцентрически ориентированная единица, точнее – антропоцентрическая номинация, характеризующая или оценивающая человека (по внешним/внутренним особенностям, поведению, способностям, социальному статусу и т.п.)*“.

Объект исследования: антрополексемы в русском и английском (британском/американском) молодежном сленге.

Цель исследования: семантико-сопоставительный анализ русских и английских сленговых антрополексем.

Задачи исследования: рассмотреть русские и английские сленговые антрополексемы, эксплицировать их значения, проанализировать и сопоставить основные тематические группы и подгруппы, а также центральные семантические компоненты (это структурные элементы смысла, которые еще называются семантическими признаками, дифференциальными элементами, а также фигурами содержания).

Исходя из задач исследования использованы следующие **методы**: компаративный анализ, компонентный анализ, лингвистическое описание: классификация, систематизация, интерпретация и обобщение исследуемого материала.

Сленг – это определенный стиль, в котором находит выражение особое умонастроение, стиль с помощью которого его носители стремятся удовлетворить экспрессивное и необычно поданное выражение мысли. Сленговые выражения представляют собой общепонятные и широко распространенные в разговорной речи образные слова и словосочетания, сознательные отклонения от традиционного языка. «Сленг, как пишет В. А. Хомяков, – это широко распространенная и общепонятная социально-речевая микросистема в просторечии, весьма неоднородная по своему генетическому составу и степени приближения к фамильярно-разговорной речи, с ярко выраженной экспрессивной коннотацией вокабуляра, представляющей часто насмешку над социальными, этическими, языковыми и другими условиями и авторитетами» (Хомяков/Khomyakov, 1971: 181). Оксфордский словарь предлагает следующее определение сленга: “Language of a highly colloquial style, considered as below the level of standard educated speech, and consisting either of new words or of current words employed in some special sense” (Oxford English Dictionary Online). В «Британской энциклопедии» сленг определяется как: “Nonstandard vocabulary composed of words of senses characterized primarily by connotations of extreme informality...” (*Britannica Encyclopædia* 2010).

Сленг пронизан оценочным компонентом и антропоцентричностью, большая часть сленговых слов – это наименования человека или напрямую с жизнью человека связанные реалии окружающего мира, основные сленговые единицы группируются вокруг следующих денотатов (тематические ядра): человек (различные дифференциации по внешним/внутренним характеристикам, социальному положению, увлечениям, национальности и т.д.); чувства, межличностные отношения, материальные ценности, развлечения. Неотъемлемый компонент коннотации молодежного сленга это – экспрессивность и оценочность, как элемент, выражающий субъективную оценку; в семантике подобных единиц, помимо самого денотата, отражается отношение говорящего к нему.

Сленговые антрополоксеммы выполняют следующие *лингвопрагматические функции*:

1. *Номинативная/назывная функция*. Эта общеязыковая функция в сленге характеризуется особой спецификой, поскольку в отдельных случаях сленгизмы заполняют лексемные пустоты – лакуны¹, именующие уникальные официально „непризнанные“ концепты, которые не имеют соответствий в стандартном языке, а связаны с *символическим капиталом* (англ. *symbolic/subcultural capital*)²

¹ Примерами лексических лакун могут быть такие популярные понятия молодежного сленга, как “*catfish*” (someone who pretends to be someone they're not, using social media to create false identities, particularly to pursue deceptive online romances) и “*spoiler*” (someone who reveals a previously unknown aspect of something which you likely would have rather find out on your own, such as a plot of a book, movie, TV program, etc.); данные понятия приходится определять *дескриптивно*, поскольку они не имеют эквивалентов в стандартном языке.

² Культура и ценности какой-либо субкультуры (часто альтернативной).

молодежной культуры и существующих лишь в ценностно-смысловом пространстве молодежного языка (angl. *language space*). Подобные единицы отражают инаковость молодежного мировосприятия, непринужденный взгляд на окружающую реальность. Следует добавить, что номинативная функция сленговых антрополоксем нередко трудно отличима от *инвективной*;

2. *Идентифицирующая* функция, применительно к сленгу эту функцию можно также обозначить как *объединяющую*, поскольку сленговая единица нередко является своеобразным индикатором, сообщающим окружающим, что говорящий причисляет себя к определенной группе или субкультуре;
3. Ей близка *апеллятивная/фатическая* функция – это апелляция к потенциальному собеседнику, «охватывающая постоянно меняющихся ролями 1-ое и 2-ое лицо» (Benveniste, 2006: 77). Сленговые обращения помимо функции *контактоустановления* (ввиду своей оценочности) почти всегда отражают отношения говорящего к собеседнику;
4. *Эмотивная функция* – способность сленговых антрополоксем быть мотивированным экспрессивным стилистическим средством, предназначенным для усиления, выделения, акцентирования высказывания, выражения чувств, эмоций и настроений, наделения высказывания эмоциональной силой, оценивания, достижения образности и создание особого эстетического эффекта, усиления общего впечатления;
5. *Инвективная функция*. Инвектив – это вербальное нарушение этического табу, осуществленное некодифицированными средствами, словесное проявление агрессивного отношения к оппоненту, своего рода «вербальное оружие». Говоря об инвективах и частотности употребления соответствующих формул представителями различных возрастных групп, необходимо отметить факт большей частотности употребления инвективов молодежью. Антропоцентричный инвектив, думается, один из базовых элементов, характеризующих молодежный сленг.
6. *Людическая или игровая функция*. Человеку по природе *свойственно игровое* начало (это подробно описал Й. Хёйзинг в трактате лат. „*Homo Ludens*“). В сленге отражается врожденное человеческое желание „развлекаться“ (англ. „*love of play*“ (Espersen, 1982: 81). Наиболее яркие примеры такой игры – антрополоксеммы принадлежат британскому „*кокни*“ сленгу (англ. *cockney rhyming slang*³).

Сленговые антрополоксеммы. Основные лексико-семантические категории

Сленговые антрополоксеммы различаются по степени эмоционально-экспрессивного наполнения, «диапазон» которых охватывает: безобидный юмор, легкую иронию и чуть уловимый сарказм, едкую язвительность, грубый цинизм, а также откровенную

³ *Cockney rhyming slang* – одна из наиболее оригинальных разновидностей *сленга*, особый тип рифмованного *сленга* в английском языке.

агрессию. Для сленговых единиц характерна широкая палитра эмоциональных оттенков, основной цвет которой – цвет фамильярности.

Фамильярность – особенность сниженного языкового стиля, характеризующего преувеличенной непринужденностью, неуместной развязностью, бесцеремонностью, отсутствием тактичности и несоблюдением этикета. Под фамильярностью можно подразумевать эмоциональный оттенок, первое звено в цепи „*фамильярность*→*небрежность*→*презрение*→*уничтожение*→*оскорбление*“ (градация по усилению негативного эмоционального наполнения). Именно фамильярный оттенок – своеобразный параметр разграничения, очерчивающий стилистические границы сленга. Фамильярные единицы демонстрируют желание создать ощущение непринужденности общения, а также подспудно преуменьшить значение объекта, о котором говорится, нередко это значение – социальное. Ту же тенденцию можно наблюдать и в речи молодежи, когда при обозначении традиционно социально значимых (сакральным) в обществе вещей, используются сленгизмы, к примеру, для обозначения родственных связей (демонстрация независимости от семьи, родителей, своей отдельности, утверждение самости: МАТЬ: *маман, матрёна, маха, махан, мамахен*; ОТЕЦ: *бадинок, ботинок, батон, папахен, папоротник, пахан, предок*; РОДИТЕЛИ: *кости, папаны, предки, родяки, старцы, черепа, шуры, фауны*; отношений между мужчиной и женщиной (предполагают со стороны говорящего в употреблении подчеркнуто-отстраненную незаинтересованность, неангажированность, неучастие): ЖЕНА, СУПРУГА: *паранджа, швабра*; БЕРЕМЕННАЯ ЖЕНЩИНА: *заряженная, женщина с бемолем*; РЕБЁНОК (обуза, своего рода физиологема, восприимчивая с точки зрения физиологических потребностей и проявлений): *грызун, киндер-сюрприз, пиплёнок, пукёныш, спиногрыз, шнурёнок, бобер*; в английском сленге: *baggage* (партнерша с ребенком), *dead beat mother/dad* (безответственная мать/отец), *broffessional=brother professional* (кровный брат), единицы *кокни* сленга: *skin and blister = sister* (сестра); *trouble and strife = wife* (жена) и т.п.

Есть в молодежном сленге и часть лексем, которые (по сравнению с образными сленговыми единицами) можно обозначить как относительно нейтральные, а точнее, *фамильярно-нейтральные*, характеризующие человека без чрезмерной экспрессивизации (англ. *expressivization*). Так, в русском сленге слово „*чувак*“, а в английском сленге слово „*bro*“ имеют обобщенную положительную модальность и используются среди представителей мужского пола для поддержания чувства общности (англ. *fellowship/fraternity*). В подобном значении используются и следующие сленгизмы: *братан, пацан, чел, кадр* и т.д.; в английском сленге: *dude, jossler, bugger, bod, bloke, bud/buddy, homie, sod, shaver, kid, fella/fellow, feller, chap/chappy, chum, mucker, laddie/lad* и т.п. Все выше перечисленные антрополоксеммы в общем смысле означают: друг, приятель, с их помощью устанавливается контакт, подобные слова выполняют также *апелятивную функцию*. Далееб сленговые единицы, относительно нейтрально характеризующие представительниц женского пола в английском языке: *chick, twist, lass, fem, hen* (общее значение – девушка). Данные антропоцентрические наименования (дублиеты стандартных единиц) обладают относительно нейтральной модальностью. Подобные единицы поддерживают свойственный разговорному

стилю языка колорит, складывающийся из следующих характеристик: непринужденность, спонтанность, простота, конкретность и т.д.

Психологи подчеркивают, что ни одна из социальных групп (даже *маргинальные*, окраинные, девиантные *социальные группы*) не могут похвастаться такой «мастерской» способностью намеренно наносить оскорбления, как это делают подростки. Таким образом, одну из крупнейших групп сленговых антрополоксем составляют единицы с *отрицательной модальностью*, это унижающие и оскорбляющие номинации. В подобных лексемах преобладает отрицательно-оценочный компонент, например: *долбак* или *лохмандей* (общее негативное наименование человека); *douchebag*, *dutchbag* (неприятный человек); Подобные единицы (подкрепленные определенной интонацией) приобретают дополнительную экспрессивность и в таких случаях воспринимаются как ругательства.

Сленговую микросистему, которую составляют *наименования человека с отрицательной модальностью*, можно разделить на два семантических блока: негативные наименования человека по особенностям характера и негативные наименования человека по особенностям внешности. Обширную, отчетливо выделяющуюся, *семантическую группу* в молодежном сленге образуют лексемы, описывающие внутренние качества человека: психофизические, психологические, эмоциональные, психоэмоциональные качества (особенности характера, темперамента, способности, убеждения, ценности), например: *тормоз*, *тупорез* (медленный, нерасторопный человек), *гандила*, *утюг* (неприятный, вредный человек), *калич* (неуклюжий, неумелый человек, от слова «калека»), *вастокат* (лентяй), *жлоб*, *жмот*, *жмудик*, *гомзила*, *жидомор*, *жила* (жадный человек, скряга), *ваниль* (чувствительный, ранимый человек) и т.п.; в английском сленге: *buzzcrusher*, *killjoy*, *party pooper* (зануда, брюзга), *chatterbox/gasbag* (болтун, пустомеля), *apple polisher* (подхалим, любитель выслужиться), *blatherskite*, *blowhard* (хвастун), *bench-warmer* (безвольный человек, бесхарактерный человек), *couch potato*, *goldbrick* (бездельник, лентяй), *clam* (молчун), *fuser* (манипулятор), *gannet* (прожора). Большинство вышеперечисленных единиц косвенно высмеивают такие человеческие пороки, как: подлость, коварность, лживость; порицается и чрезмерная болтливость, к примеру: *свистун*, *грузло*, *гонщик*, *бесогон* и т.д. (общее значение болтун, врун, обманщик); в английском языке, единицы, характеризующие лгуна часты в сочетаниях с компонентом *mouth*, это такие сленгизмы-композиции, как: *bigmouth*, *loudmouth*, *badmouth*, *blabbermouth*, *motormouth* и т.д.

Широкие синонимические ряды составляют сленгизмы, объединенные семей ДУРАК, к примеру: *гриб*, *додик*, *канистра*, *лайнер*, *лопух*, *лупень*, *лымарь*, *олень*, *мукомол*, *кулёк*; среди сленгизмов, указывающих на умственные способности человека, следует выделить слово *варщик* со значением (умный человек, образованное от сленгизма «варить» (думать, соображать); в английском сленге: *dufus/duffus*, *dub*, *dolt*, *nitwit*, *nig-nog*, *berk*, *gobdaw*, *goof*, *duffer*, *dipstick*, *dummy*, *clot/clotpole*, *prick*, *sap*, *sawney*, *plonker*, *pillock*, *stupe*, *twit*, *wazsock*, *dork*, *dink*, *bozo*, *drip*, *dimbulb*, *lunk*, *lamebrain*, *putz* и т.п. (все вышеперечисленные единицы в общем смысле означают: балбес, болван, глупец, дурень, остолоп, простофиля, тупица, недотёпа). К русским

сленгизмам, объединенным ядерной семьей ДУРАК, можно причислить и *одно из самых употребительных молодежью слов – лох*, варианты *лошара, лохмандей* (наивный, простодушный, доверчивый человек).

Отдельные единицы этой группы мотивированны медицинской терминологией, к примеру, такие распространенные в молодежной речи *инвективы*, как *даун* (синдром Дауна, форма слабоумия), *дебил* (человек с слабой степенью умственной отсталости), *менингит* (воспаление оболочек головного мозга), *дегенерат* (человек с признаками физического или психического вырождения); в английском сленге *imbecile* („человек со средней степенью умственного недоразвития“); данные *лексе-мы* отражают *намерение* говорящего *подчеркнуть* бесхарактерность или беспомощность другого человека. В английском сленге, сочетания с центральной лексемой *head* составляют широкое деривационное гнездо антрополоксем, характеризующих умственные способности человека: *bonehead, conehead, fathead, meathead, airhead, beef-head, buffalo head, lunkhead, knucklehead, muttonhead, mush-head, flat-head, chucklehead, chowderhead* и т.д. Э. Партридж считал, что синонимическая множественность сленгизмов вовсе не отрицает их выразительности: «*Slang is also noted for its artistic possibilities and for the abundance of its synonyms... The primary necessities of life, the commonest actions and functions, the most useful objects, the most useful or the most secret parts of the body, the most frequently occurring adjectives – these have veritable synonyms of their own in cant, in slang, and in colloquialism... In the three most copious bodies of slang – the French, the English, and the American – the relevant synonyms are no less picturesque than they are numerous*» (Partridge, 2015: 29).

Вторую крупную группу единиц молодежного сленга составляют антрополоксем-ы негативно характеризующие человека по внешним данным (антропоморфным характеристикам). Подобные единицы почти всегда семантически мотивированы физическими признаками, ими акцентируется то или иное качество внешности, ее недостатки. Можно утверждать, что любой отличительный признак или недостаток внешности обязательно найдет отражение в сленговой антрополоксеме. В подобных случаях единица мотивирована *коннотативной семьей* (эта сема необязательно доминирующая, но она входит в семантическое наполнение лексемы, как ассоциативный компонент, помогающий эксплицировать значение), к примеру: *мухотром, широкий пробор* (лысый человек), *обсос, лапуша* (человек высокого роста), *бройлер, барбос, глобус* (полный человек) и т.д.; в английском сленге: *fatso, jelly-belly, whelaphat, chawner* (полный человек); *chopstic, AIDs case, string-bean* (худощавый человек) и т.п.

Другую группу антрополоксем, часто также принадлежащих к сфере отрицательной номинации, составляют единицы, характеризующие человека по его (часто инаковому или маргинальному) поведению, привычкам, образу жизни, к примеру: *голошмяк* (бездомный); *бухарик, глюколов, изюм, промокашка, плинтус, синегал, синюга, синька, синяк, синий* (алкоголик); *нарком, нюх, торчек, зеленый* (наркоман), народная шутка „*синий зелёному не товарищ*“ (в значении алкоголик наркоману) и т.п.; в английском сленге: *party animal/girl* (завсегдатай вечеринок); *stoner* (люби-

тель марихуаны); *head-banger* (любитель тяжелого рока); *Bible-basher/Bible-pounder/Bible-thumper/Bible puncher/Bible-beater* (религиозный человек, в данном случае религиозный фанатик), единицы кокни сленга: *battle cruiser = boozier* (пьяница); *tea leaf = theaf* (вор) и т.д. Наименования указывающие на профессиональную деятельность, социальный статус, к примеру: *филолох, филолух* (студент филологического факультета), *говорун* (лектор), *быкан* (декан), *препак* (преподаватель), *читы* (учителя), *работник органов* (женский врач) и т.д.; в английском сленге: *fresher/freshman/frosh* (студент первого курса), *sophomore* (студент второго курса), *eduhater* (преподаватель, который не любит свою профессию), *toy cop* (школьный охранник); *FBI = female body inspector* (женский врач). Особого внимания в русском и английском молодежном сленге удостоились представители органов полиции, к примеру: *власть, гадмен, жаба, забрала (забрало), козлогвар-деец, крокодил, мент, ментозавр, ментозаврик, ментура, мильтон, мусор, мусоргский, мусорок, полис, помидор, свисток, собачник, стервятник, хомут, хомутьё, цветной, шакал, стервятник, шмонало*; в английском сленге: *blue boy/boys in blue, hot boys, bacon, pigs, cherry toppers/cherry tops/cherries, donut patrol, booby, busybodies (bizzies), one time*⁴ и т.д.

В отдельную группу можно выделить сленговые антрополоксемы указывающие национальную (этническую) принадлежность. Часто ими акцентируются внешняя или внутренняя инаковость (внешность, поведение, мировосприятие), выражается *нейпоративное* отстранение говорящего, их обозначают и как *экзоэтнонимы/этнофолизмы* (англ. *ethnophaulism*) иначе *экспресивные этнонимы*, обладающие негативной, уничижительной коннотацией, к примеру: *хачик, чебурек, чернослив, лохидзе* (лицо кавказской национальности), *гуталин, негатив, сажка, уголёк, чугун, копченый* (африканец), *урук, халат* (представитель народностей Средней Азии), *стейс, штатник, юс* (американец).

Следует отметить, что этнонимы в сленге представлены недетализированно, в обобщенном смысле, к примеру: *бабай, кебаб* (любой человек со смуглым цветом кожи). В английском сленге: *eyetie/eyti/eyeti*⁵, *dago, goombah, greaseball, wog, wop* (итальянец); *frog, frenchie* (француз); *dothead, curry muncher, boombai* (индус); единица кокни сленга *septic tank = yank* (американец); *chink, panface/panhead, fishhead, slothead, buddhahead, zipperhead, bug-eater, slant, table face* (азиат) – при наименовании человека с азиатским типом внешности становится важен (активен) понятийный компонент „*head*“, своеобразная попытка подчеркнуть специфичность азиатской внешности. Широкие синонимические ряды образуют единицы для обозначения темнокожего человека, к примеру: *africoon, blackie, darkie, bootlip, brillohead, burrhead, ebony, coco, shine, congoid, negroid/groid, jigaboo/jigga* и т.д. *Этнофолизмы* составляют множественные семантические ряды в сленге обоих языков (что обусловлено культурным и этническим разнообразием обоих стран).

⁴ Коннотация: “One looks at the police one time, so not to attract attention” (Urban Dictionary).

⁵ Этимология: от слова „*italian*” (Urban Dictionary).

Негативно коннотированные антрополоксемы в молодежном сленге представлены широкой тематической группой, семантическую оппозицию им составляют единицы с *положительной модальностью*, которые в большинстве случаев группируются вокруг семы ДРУЖБА, «СВОЙСКОСТЬ», к примеру: *друган, дружбан, другалик, кореш, братан* (друг); *приколист, стебок, оттяжник, козамёт* (хохмач, весельчак); в английском сленге: *homie/homeboy, boo*, единица *кокни* сленга *china plate = mate* (лучший друг); *cutie pie, cirkake* (приятный, общительный человек), *a-lister* (лидер среди ровесников) и т.д.; в лексическом сегменте с положительной модальностью также активизируется *коннотативная сема* КРАСОТА, отражающая личностное эмоциональное отношение говорящего, к примеру: *dreamboat, eye candy, looker, stunner* (привлекательный человек); *dish, knockout, arm candy* (привлекательная девушка), английская молодежь склонна оценивать красоту по десятибалльной шкале, к примеру: *ten/perfect ten, dime/dime peace* (привлекательная девушка).

К положительно коннотированным сленговым номинациям, можно причислить и единицы обозначающие авторитет, важную особу, те же лексемы используются для характеристики лидера молодежной группы (структура молодежной *группы имеет свою специфическую иерархию*).

Лидера молодежной группы характеризуют лексемы с основным компонентом содержания ГЛАВНЫЙ, ВЛИЯТЕЛЬНЫЙ, возможные вторичные узуальные коннотонимы УШЛЫЙ, ХВАТКИЙ, к примеру: *альфач, крутарь, пахан, важняк, шустряк, шустрик* и т.п.; в английском сленге, подобные номинации часто представлены как двусоставные сочетания, сленгизмы-композицы, с прилагательным „big“ или „top“, к примеру: *big shot, big wheel, bigwig, big gun, big cheese, big fart big dog; top dog, top banana* и т.д. Семантическую оппозицию им составляют лексемы с семой СЛАБЫЙ, к примеру: *лох, дух, подсос, жертва, шестерка* и т.д. (общий смысл: *забитый, запуганный или крайне робкий человек*). Часть единиц данного сегмента, отражающая и стратификацию молодежной группы, как в русском так и в английском языках перенята из лексикона маргинальных, девиантных групп и таким образом косвенно демонстрирует отрицательную ценностную ориентацию молодежи.

Сленговые антрополоксемы адаптируются и к электронному общению (англ. *texting language*), „телеграфному стилю“, которым характеризуется молодежная речь. В *поликодированном, креолизированном* тексте, в окружении *параграфических, иконических* элементов, антрополоксемы нередко становятся упрощенными конструкциями, буквенно-слоговыми или буквенно-числовыми акронимами, к примеру: *ЛП/ЛД* – (лучшая подруга, лучший друг); *ССЗБ* – *сокращение* от «сам себе злобный Буратино» (сам себе враг), *7я* (семья) и т.п.; в английском сленге: *BF = boyfriend/best friend* (лучший друг); *BBW = big beautiful woman* (привлекательная полная женщина); *OL = old lady* (пожилая женщина), *OM = old man* (отец, муж или друг); *POTATO = person over thirty acting twenty one* (незрелая личность); *VGN = vegan/vegetarian* (веган или вегетарианец), *d00d = dude* (парень); *M8 = mate* (приятель) и т.д.

Сленговые антрополоксемы можно было разделить на *дерогативы* – слова с негативной оценкой, выражающие уничижение, презрение и *мелиоративы* – слова с положительно-оценочным значением, но они слишком семантически подвижны,

гибки и емки (амбивалентны) для подобной градации, поскольку контекст использования может придавать им любой оттенок значения, к примеру: *борода, ботан, ботаник, букварь, череп, пахарь*; в английском сленге: *egghead, brainiac, nerd, geek, digithead, floppydisk* в зависимости от ситуации и ценностных установок говорящего, могут обозначать либо прилежного ученика, интеллектуала, либо «книжную крысу», зануду (которому в английском молодежном сленге противопоставлен «нормальный» человек – “*normie*”).

В сленговых антрополексемах помимо *номинативного значения* всегда присутствует *эмоционально-оценочный* компонент (который часто выражается не как логическое суждение, а как чувства, эмоции, ощущения говорящего), эмоционально-оценочный компонент⁶ тесно связан с ассоциативным компонентом, часто в содержании сленговой антрополексемы основное значение обуславливает и имплицитно узуальное, к примеру: *донор* (мотоциклист) или англ. *cowboy* – лихой водитель (ассоциация по функции), *turbinator* – идул (ассоциация по внешнему признаку); подобные, узуальные смыслы отражают стремление к семантической «объемности» и образности в языке.

Гендерно маркированные антрополексемы сленга. Основные семантические поля. Деривационные особенности

Во второй части статьи мы хотели бы рассмотреть семантическое поле сленговых антрополексем, связанные с категориями *феминности* и *маскулинности*, единицы, группирующиеся вокруг семы ПОЛ, лат. „SEXUS“ или английский концепт „*gender*“ – это несколько более широкое понятие, охватывающее не только биологический, но и социально-культурный пол, связанный с особенностями характера, внешностью, типом поведения, способностями, увлечениями, манерами и другими особенностями (гендерными категориями), которые ожидаются от представителей того или иного пола. Таким образом, компоненты данной семантической категории группируются вокруг двух *идентифицирующих сем* МУЖЧИНА ЖЕНЩИНА, а также имплицитно гендерные стереотипы (различные психологические и социальные особенности), связанные с представителями того или иного пола.

Феминные антрополексемы молодежного сленга

Свойственное молодежи *образно-ассоциативное мышление*⁷, широкое, гибкое живое воображение способствуют умению „наслаивать“ разные концепты, нередко, сленгизмы демонстрируют оригинальные многоступенчатые смысловые трансформации. *Метафоризация* и *метонимизация* – наиболее продуктивные

⁶ По иному, *эмоциональная коннотация*, которую Дж. Лич обозначил как “паразитарную семантическую категорию”, несуществующую отдельно, а лишь в составе основной смысловой категории (Leech, 1990: 117).

⁷ Напрямую связанное с эмоциями, воспоминаниями.

процессы *семантической деривации* сленга (метафорические импульсы связаны в подсознательном, ассоциативном поле, полем *когниций*). Это четко демонстрируют сленговые номинации представительниц прекрасного пола, среди которых доминируют *зооморфные* и *орнитоморфные* метафоры. В своих переносных значениях *зооморфизмы* и антропоцентрично используемые *орнитонимы* обладают как идентифицирующими, так и дополнительными дескриптивными/описательными семами. Эти образные антрополоксеммы выражают эмотивное, *оценочное*, ассоциативное отношение говорящего; примеры таких антрополоксем: *цыпа, телка/телочка/гопотелка, киса, кыса, коза, дичь* (девушка), *медуза* (плохо сложенная девушка); *бабуин, бычица* (зрелая женщина) и т.д.; в английском сленге: *bird, chicken/chick, fish* (молодая женщина); *spring chicken* (наивная девушка); *pigeon, mudduck, sea donkey, prawn⁸, frogga, grizzly chicken* (непривлекательная девушка); *beached whale, buffalo, buffalo/buff chick* (полная девушка); *queen bee* (девушка лидер); *fox, pussycat* (привлекательная девушка) и т.д.

Не менее активна в женских номинациях, модель метафорического переноса *артефакт > человек* (своеобразное «овеществление», которое порождает обезличение, отрицание личностных качеств, деперсонификацию субъекта, выражают настроение потребительства), примеры таких антропоксем: *метелка, клюха, вешалка, указка, доска, швабра* (худая девушка) и т.д.; в английском сленге: *doll, dish, dime, full/complete package* (привлекательная девушка) и т.п. Как видно из вышеприведенных примеров, для метафорической трансформации зачастую используется нейтральная лексика, в своем непосредственном первичном значении называющая бытовые, тривиальные, обиходные вещи; это подвижные, гибкие, простые категории, формирующие антрополоксемную метафору на «среднем» уровне абстракции; после процесса метафоризации лексеммы, как правило, сохраняют некоторые подсмыслы (*ассоциативные/квалификативные семы*), к примеру: *жвачка* (девушка легкого поведения), ассоциативная сема – „потребление→использованность“.

С. Флекснер, описывая *сленговые метафоры*, отмечает, что в большинстве случаев они основываются на восприятии пяти органов чувств, отсюда и интенсивное использование „пищевых названий“: продукты, их форма, вкус, запах, цвет породили множество сленговых метафор. Тем не менее, подчеркивает Флекснер, „*When a good egg brings home the bacon to his honey, or when a string bean of a sugar daddy takes his piece of barbecue out to get fried with his hard-earned kale, food images have gone a long way from the farm, kitchen, and table*“ (Flexner, 1982: 27). Использование «пищевых названий» наблюдается и среди сленговых антрополоксем, к примеру: *кекс, крендель, перец* (парень), *чебурек* (простак), *вафля* (нерешительный, мягкотелый человек), *пряник* (человек с завышенной самооценкой, *котлета* (девушка) и т.д.; в английском сленге: *donut, burger, cheeseball* (kvailys); *beefcake* (человек спортивного телосложения); *pizza-face* (прыщавый человек); *cookie, cracker, candy* (очарователь-

⁸ Этимология: *describes a girl that has a beautiful body, but an ugly face, when you eat a prawn, you eat the body and throw away the head* (The Online Slang Dictionary).

ная девушка), *cheesecake* (полуголая девушка); *tomato/hot tomato* (привлекательная женщина) и т.д. «*Метафорическое сопоставление объектов и субъектов создает контрастность, которая в свою очередь, обуславливает языковую экспрессию*» (de Saussure, 2006: 38).

Продуктивен в сленговых антрополексемах и прием метонимического переноса. *Метонимия* – перенос основывающийся на логических связях между объектами (пространственных, ассоциативных, семантических, причинно – следственных, связи «части-целого» и т.п.), к примеру: *тело, шкура* (девушка легкого поведения); в английском сленге: *skirt/bit of skirt, bit of skin* (женщина), *ankle* (назойливая женщина), *tail* (привлекательная женщина) и т.п. В отличие от метафоры, которая является своеобразным „*краткое сравнение*“, метонимию можно обозначить как „*краткое описание*“ (Садр/Sadr, 2011). Следует добавить, что такие образные средства языка, как метафора, метонимия, синекдоха, литота, эвфемизм, в сленге не преследуют никаких других целей, кроме стремления к экспрессии. Г. Честертон утверждал „*All slang is metaphor...*“⁹ (*Весь сленг является метафорой*), однако С. Флекснер уточнял, что было бы ошибочно, считать весь сленг метафоричным, однако подтверждал, что выразительная метафора действительно чаще других явлений встречается в системе сленга (Flexner, 1982: 17).

Антрополексемы молодежного сленга косвенно раскрывают и приписываемые женщине *гендерные стереотипы*¹⁰: женщина нередко характеризуется как объект для удовлетворения чувств/инстинктов, в номинациях акцентируется ее телесность, эстетизируется ее внешность, важной становится градация по возрасту, в отдельных случаях женщине приписывается статус жертвы и т.п. Женские номинации с положительной модальностью в молодежном сленге чаще всего группируются вокруг семы КРАСОТА, ФИЗИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ: *волнуха, бомба, фитоняша* и т.д.; в английском сленге: *stunner, looker, eye-candy, fit, amber, Bottle Blond Bimbo, babeinator* и т.п. (общее значение привлекательная девушка).

Часть сленговых женских номинаций, имеет имплицитное значение ВОЗРАСТ: в русском сленге: *бабуин, бычица, бабелл, бабёха, бабон* (зрелая женщина); в английском сленге: *biscuit, jailbait* (несовершеннолетняя девушка, за связь с которой можно оказаться за решеткой); единица *кокни* сленга *cuddle and kiss – miss, filly, bittie* (юная девушка); обширные синонимические ряды составляют достаточно вульгарные: *hot mama/mom/ma, yummy yummy, cougar, puma* (общий смысл которых «сексуально привлекательная женщина старшего возраста»). Множественность сленговых номинаций женщин обусловлена отношением молодых людей к слабому полу (естественными, прагматическими интересами), это отношение и формирует

⁹ Продолжение цитаты: “...and all metaphor is a poetry” Г. Честертон (цит. по Николенко/Nikolenko, 2007: 252).

¹⁰ Гендерные стереотипы – традиционное, схематизированное, упрощенное, отчасти догматическое понимание роли мужчины и женщины в обществе.

содержание семантического поля ЖЕНЩИНА, составляющие данного сегмента репрезентируют множество отдельных, специфических признаков, связанных с ЖЕНСКОСТЬЮ в молодежном понимании, к примеру, в сленге практически не встречается наименований женщин-матерей или женщин пожилого возраста, отмечено лишь несколько негативно коннотированных примеров: *бабуляж* (пожилая женщина); в английском сленге: *baggage* (партнерша с ребенком); *old bag, pigmeat* (пожилая женщина); однако широкие синонимические ряды составляют единицы, подчеркивающие внешность молодой женщины, женскую телесность, а также нередко ее истинную или мнимую фривольность, „доступность“.

Большая часть молодежных сленгизмов – это единицы с эротическими коннотациями, со скрытой эротической мотивацией. Антрополоксемы, акцентирующие женскую сексуальность, часто косвенно намекают на плохую репутацию (англ. сленговое понятие „*bad/bum rap*“), к примеру: *шлюпка, щелка, защелка, соска, дыра, жвачка, мочалка* (девушка легкого поведения) и т.д.; в английском сленге: *gold-digger, barracuda* (охотница на богатых мужчин – богатых мужчин, которые на сленге звучат как „*sugar daddies*“), *vixen, whooty, fox* (соблазнительница), циничные: *sidechick, bench-warmer* („запасная“ партнерша, в русском сленге «запаска», «запчасть»), вульгарные: *broad, easy/easy lay, local bike, village bicycle* (девушка легкого поведения) и т.п. В молодежном сленге также отрицательно коннотируется «порядочность», к примеру: *витамин «Ц», Клара Целкин, цилиндр необкатанный* (девственница). Большинство данных антрополоксем своим грубым и слишком резким выражением мысли и эмоций способствует развитию циничного взгляда на мир, вызывают вульгарные натуралистические ассоциации. Составляющие семантического поля, которое может быть обозначено как „моральные качества женщины“, в сленге обоих языков изображаются со знаком минус. Можно предположить, что использованием подобных лексем молодые люди пытаются компенсировать жизненную неопытность и поднять маскулинный статус в глазах ровесников.

Таким образом, большая часть сленговых антрополоксем, называющих женщину, принадлежат таким семантическим сферам, как внешность, возраст, (а)моральный облик, а также взаимоотношения полов (тема чувственности и телесности в сленге вовсе не случайна, поскольку является важной составляющей молодежного мировосприятия). В номинациях старательно подчеркивается биологическое начало женщины (проводятся метафорические параллели с миром животных), выражается потребительское отношение к женщине (представительницы прекрасного пола сравниваются с предметами окружающего мира), отражается холодное, отдаленное отношение к женскому полу, выражается минимум благосклонности, расположенности и намеков на симпатию. Сленговым антрополоксемам характеризующим женщину свойственна специфическая импликатура¹¹, косвенно выражающая самые разнообразные эмоциональные-экспрессивные, эстетические и этические оценки.

¹¹ Импликатура – смыслы пропозиции, находящиеся за пределами прямого значения.

Исходя из приведенных выше утверждений, можно сделать вывод, что как в русском, так и в английском молодежном сленге центральная роль отводится мужскому типу мировосприятия (принижающему женский пол). Подобный тип мировосприятия называется *андроцентричным*. С другой стороны, в последнее время, в сленге наблюдается тенденция к „*феминизации*“. Профессор С. Талиамонте считает, что в современном языке имеет место феномен «*девичьего новояза*» (Tagliamonte, 2016: 67), его примерами могут быть такие единицы как: *tuffin, lollipop/lollypop* (привлекательный юноша), *lollipopalooza* (группа привлекательных молодых людей), *chicken head* (некрасивая девочка); в русском сленге: *няша, няшка, няшечка, няш-мяш, няха, няка, мяка* (приятный человек), *фитоняшка (девушка, следящая за своей фигурой)* и т.п.

Маскулинные антрополексемы молодежного сленга

Гендерные стереотипы, связанные с мужчинами, наделяют их следующими качествами: силой, доминированием, потребностью в женской сексуальности, брутальностью, в отдельных случаях агрессивностью. Данные, составляющие МУЖЕСТВЕННОСТЬ, находят достаточно утрированное отражение в молодежном сленге, где мужчины оказываются в плену гиперболизированного образа. Среди сленговых антрополексем, характеризующих мужчину, вновь наблюдается продуктивность *зооморфизмов* – акцентирующих биологическое начало мужчины, к примеру: *гамадрил, бабуин* (брутальный мужчина), *бобер* (богатый мужчина); в английском сленге: *tiger, bull, wolf, mandrill* (брутальный мужчина); *buff, beef* (спортивный мужчина); *rhino* (зрелый мужчина, любитель молодых девушек) и т.п. В мужских антрополексемах с положительной модальностью также, как и в женских, активна сема ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ, к примеру: *dreambout, studmuffin, himbo, McDreamy* (общее значение – красивый мужчина) и т.д. Если неотъемлемая часть женской привлекательности в молодежном сленге связана с эротичностью, то мужская привлекательность соотносится с физической силой, спортивностью, к примеру: *hunk, macho, machoman, stud, diesel* (привлекательный спортивный мужчина) и т.п. Следует отметить, что в русском сленге антрополексемы, характеризующие спортивного, атлетичного мужчину, такие как: *бивень, брусок, дутьши, кач, квадрат, мясо, пельмень, пузырь, рама* и т.п. имеют отрицательные коннотации, связанные с глупостью и толстокожестью.

В мужских антрополексемах доминируют семантические компоненты, связанные с предельной, гегемонной маскулинностью. В сленговой „*формуле маскулинизма*“ важны следующие составляющие: динамичное, необузданное мужское начало, агрессия, успех у женщин и половая активность (взаимоотношения полов, поиск партнера, которые в речи молодежи обозначается понятием англ. *girlology/guyology* – «наука» привлечения противоположного пола), к примеру: *бабмист, бабоукладчик, вездыхал, клей, гребень* и т.д.; в английском сленге: *babe-magnet, lady-killer, tomcat, tough cat, cat/catman, animal, player* (общее значение – ловелас, сердцеед, любимец женщин; дополнительные коннотации: коварство, фальшь, обман) и т.д.

Обобщение

Молодежный сленг пронизан антропоцентричностью, большая часть сленговых единиц это наименования человека (различные дифференциации по его внешним и внутренним признакам, социальному положению, увлечениям, национальности и т.п.). Одну из крупнейших групп сленговых антрополексем составляют единицы с *отрицательной оценочной модальностью* их относительно можно разделить на несколько семантических блоков: негативные характеристики человека по чертам характера; антрополексемы семантически мотивированные физическими признаками; негативные наименования связанные с образом жизни, профессиональной деятельностью, социальным статусом.

Оппозицию вышеописанной группе, составляют лексемы с *положительным компонентом значения*, в данном лексическом сегменте активизируется *коннотационная сема* КРАСОТА (отражающая личностное, эмоциональное отношение говорящего). К сленговым антропоцентрическим наименованиям с положительной коннотацией, также можно отнести единицы, характеризующие лидера. Часть данного сегмента, в обоих языках, перенята из лексикона маргинальных групп и косвенно демонстрирует негативную ценностную ориентацию.

Часть сленговых антрополексем представляют собою гендерно маркированные единицы, в значении которых имплицирована сема рода, а также стереотипы, связанные с представителем того или иного пола. *Сленговые антрополексемы* обоих языков характеризуют женщину как объект чувственного наслаждения, акцентируют ее телесность, истинная или мнимую „доступность“. Компоненты семантического поля, которое можно обозначить как „*моральный облик женщины*“, изображаются со знаком минус. Женские наименования с *положительной модальностью* в молодежном сленге группируются вокруг *денотативных признаков* – КРАСОТА, ФИЗИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ. В мужских антрополексемах доминируют семантические компоненты, связанные с предельной маскулинностью, в них акцентируется динамичное мужское начало, агрессивность, успех у женщин, половая активность.

Выводы

Антропоцентрическая ориентация свойственна человеку как таковому, в особенности молодым людям, именно поэтому семантическая группа „*Человек*“ в сленге молодежи репрезентированна достаточно подробно. Семантический анализ единиц данной микросистемы в русском и английском сленге продемонстрировал ряд сходств и общий взгляд (в большинстве случаев поверхностный) на человека. Среди антрополексем с отрицательной и положительной коннотацией наблюдается асимметрия, отчасти эту асимметрию может обозначить и как *аксиологическую*, отражающую общий негативный взгляд на человека (в сленге часты антрополексемы отрицающие такие достоинства, как интеллект, индивидуальность, порядочность); положительные компоненты содержания обычно связаны лишь с физической привлекательностью.

Литература

Benveniste E. (2006), *Origines de la formation des noms en indo-europeens*, Adrien Maisonneuve, Paris.

Britannica Encyclopædia (2010), <https://www.britannica.com/>.

de Saussure F. (2006), *Cours de linguistique générale*, Payot, Paris.

Flexner S. (1982), *Listening to America: An Illustrated History of Words and Phrases from Our Lovely and Splendid Past*, Simon and Schuster, New York.

Leech G. (1990), *Semantics. The study of meaning*, Penguin books, London.

Oxford English Dictionary Online, <https://en.oxforddictionaries.com/>.

Partridge E. (2015), *Slang To-Day and Yesterday*, Routledge, New York.

Tagliamonte S. (2016), *Teen Talk: The Language of Adolescents*, Cambridge University Press, Cambridge.

Николенко А. (2007), *Лексикологія англійської мови – теорія і практика*. Вінниця: Нова Книга.

Садр М. (2011), *Семантический способ словообразования (на материале произведений А. П. Чехова)*: (см. 2017-02-17), <http://forum.aspu.ru/viewtopic>)

Хомяков В.А. (1971), *Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия*. Вологда: М. П. Вологодского гос. пед. Ин-та.

Bibliografia po transkrypcji

Benveniste E. (2006), *Origines de la formation des noms en indo-europeens*, Adrien Maisonneuve, Paris.

Britannica Encyclopædia (2010), <https://www.britannica.com/>.

de Saussure F. (2006), *Cours de linguistique générale*, Payot, Paris.

Flexner S. (1982), *Listening to America: An Illustrated History of Words and Phrases from Our Lovely and Splendid Past*, Simon and Schuster, New York.

Leech G. (1990), *Semantics. The study of meaning*, Penguin books, London.

Nikolenko A. (2007), *Leksikologiya anglijskoyi movi – teoriya i praktika*, Binnicya: Nova Kniga.

Oxford English Dictionary Online, <https://en.oxforddictionaries.com/>.

Partridge E. (2015), *Slang To-Day and Yesterday*, Routledge, New York.

Sadr M. (2011), *Semanticheskij sposob slovoobrazovaniya (na materiale proizvedenij A.P. Chehova)*: (sm. 2017-02-17), <http://forum.aspu.ru/viewtopic>.

Tagliamonte S. (2016), *Teen Talk: The Language of Adolescents*, Cambridge University Press, Cambridge.

Abstract

Comparative componential analysis of anthropolexemes in Russian and English youth slang

This article is focusing on comparative componential analysis of anthropolexemes in Russian and English youth slang. Anthropolexeme is a primarily anthropocentrically oriented unit, characterizing or evaluating a person according to his physical characteristics, character's, behavioral peculiarities, abilities and inclinations, social functions, etc. In the first part of the study, we would like to look at one of the largest group of anthropolexemes which consists of units with negative evaluative modalities (derogatives). Another group of anthropolexemes in the youth slang consists of lexical units with a positive meaning component (melioratives), which usually reflects the speaker's personal, emotional attitude towards the subject. In the second part of the study, we would like to observe one of the widest slang anthropolexeme's semantic fields GENDER. One can conclude that male gender and their type of worldview play the central role in Russian and English youth slang. A discourse with such a worldview is called androcentric. The semantic analysis of the units of this thematic group in Russian and English youth slang has shown a number of similarities, dominated by the general attitude (mostly superficial) to human personality. Asymmetry is observed among the derogatives and melioratives of the youth language; this asymmetry can be partially defined as axiological.

Keywords: anthropolexeme, slang, derogatives, melioratives, expressive ethnonym

Streszczenie

Analiza porównawcza rosyjskich i angielskich antropoleksemów slangowych

Artykuł zawiera analizę porównawczą rosyjskich i angielskich antropoleksemów slangowych. Antropoleksemy to nominacje antropocentryczne ujawniające cechy jakościowe człowieka. Antropoleksemy w planie semantycznym tworzą różnorodny fragment zasobu słownikowego, odzwierciedlającego specyfikę myślenia asocjatywnego, właściwości percepcji otaczającej rzeczywistości, innych ludzi oraz samego siebie. Analiza porównawcza jednostek danego mikrosystemu w rosyjskim i angielskim slangu młodzieżowym wykazała szereg podobieństw semantycznych.

Słowa kluczowe: antropoleksem, slang, komponent emocjonalno-wartościujący, melioratyw, derogatywa, etnonim ekspresywny