

Басенко Г. Н.,

старший преподаватель кафедры английского языка
Мариупольского государственного университета

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АМЕРИКАНСКОГО И БРИТАНСКОГО СТУДЕНЧЕСКОГО СЛЕНГА

Аннотация. Статья посвящена исследованию современного британского и американского студенческого сленга в их сравнительной характеристике. Обосновано определение понятия «сленг». Раскрыты особенности развития молодежного сленга в социальных сетях. Определены перспективы дальнейшего развития данной проблемы.

Ключевые слова: студенческий сленг, социальные сети, британский, сравнительная характеристика, американский.

Постановка проблемы. Внимание исследователей к различным видам нелитературной лексики, особенно к таким специфическим, как сленг, существовало всегда. И это вполне объяснимо, так как сленг интересен своей метафоричностью, выразительностью и «нетрадиционностью» номинации. Авторы часто вводят сленг в свои произведения, преследуя стилистические цели: для придания речи героев эффекта новизны, необычности, для передачи определенного настроения, конкретности, экспрессии, краткости и образности. Сленг избавляет также от штампов и клише. И, наконец, сленг является неразрывной частью любого развитого естественного национального языка и возникает как неизбежное следствие кодификации, что присуща только его литературной версии. Особенно важно развитие сленговых выражений, так как в процессе нашей жизнедеятельности мы постоянно вводим и используем новые слова, выражения. В настоящее время большую роль в развитии нелитературной лексики играет интернет, в частности социальные сети, которые также имеют особый сленг.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящее время сленговый лексикон активно используется носителями языка, пополняется новыми словами и выражениями и, следовательно, может быть достоверным источником информации о языковых факторах. Поскольку в настоящее время в лингвистике не сформировался целостный, системный подход к изучению сленга и рассмотрению сленговой лексики, выявление национальных особенностей в лексико-грамматическом ключе представляется наиболее перспективным на данный момент аспектом исследования.

Изучением данного лингвистического явления занимались и занимаются многие видные ученые: Э. Парtridge, С. Флексер, В. Хомяков, И. Гальперин, Х. Менкен, А. Кудрявцева, А. Смирницкий, Г. Суздиловский, М. Маковский, Ю. Волошин и многие другие.

Как показал анализ их научных исследований, в современной лингвистической науке понятие «сленг» (так же как и его этимология) не имеет своего однозначного определения, что непосредственно отражает Большой оксфордский словарь: "A word of cant origin, the ultimate source of which is not apparent". Тем не менее, сегодня можно проследить две основные противоположные по своей природе точки зрения на данное понятие.

С одной стороны, некоторые лингвисты и литераторы (И. Гальперин, К. Чуковский, Ч. Анандейл, А. Бирс, О. Холмс) рассматривают сленг как вульгарный, воровской язык, обреченный на быстрое отмирание, которого следует избегать. С другой стороны, сленг, наоборот, считается признаком жизни, обновления и поступательного развития языка. Американский лингвист С. Хаякава называет сленг «поэзией повседневной жизни».

Некоторые лингвисты рассматривают понятие «сленг» в границах психологического направления в языкознании. В частности, О. Есперсон пишет: "... slang, a form of speech which actually owes its origin to a desire to break away from the commonplaces of the language imposed on us by the community". П. Манро утверждает, что "slang is so neat because people use slang expressions to define who they are and how they feel about themselves". Основной мотив создания сленга в данном случае – это "a certain feeling of intellectual superiority" и "an outcome of mankind's love of play". Ф. Дж. Уилстэк видит в сленге «выражение концентрированной жизненной силы (vitality) языка». Весьма остроумное определение сленга дают Дж. Гриноу и Г. Киттридж. По мнению этих лингвистов, сленг – это "a peculiar kind of vagabond language, always hanging on the outskirts of legitimate speech, but continually straying or forcing its way into the most respectable company". Авторы делают существенное замечание: они утверждают, что "slang may almost be called the only living language, the only language in which these processes can be seen in full activity".

Теоретический анализ показывает, что сегодня недостаточно изучены отдельные компоненты американского и английского студенческого сленга в их сравнительной характеристике, а в современной лингвистике практически нет работ, где бы проводился анализ употребления англоязычного студенческого сленга в социальных сетях.

Целью статьи является выявление и проведение анализа вербальных средств, относящихся к разговорному стилистическому пласту – сленгу, характеристика сленга в социальных сетях. Задачи нашего исследования заключаются в следующем: опираясь на теоретические труды лингвистов, обосновать определение понятия, этимологию сленга, выявить особенности современного американского и британского молодежного сленга в их сравнительной характеристике и на основе обобщения исследований и научного эксперимента представить картину взаимодействия сленга и социальных сетей.

Изложение основного материала исследования. Анализ английских и американских толковых словарей, а также словарей сленга позволил нам выявить следующие разряды слов и словосочетаний, объединенных под термином «сленг» [1]:

1. Слова, относящиеся к воровскому жаргону, например: to chant (из франц. chanter) в значении «расхваливать лошадь при продаже»; cheese в значении «клевая штука»; слова father и fence – оба в значении «скупщик краденого».

2. Различные профессионализмы, например: *plunger* [от глагола *to plunge* «бросаться вперед» (в атаку)] «кавалерист» (из военной лексики); *length* «сорок две строки драмы» (из театральной лексики); *a noser* (от *nose*) «удар по носу» (из боксерской лексики); *to be ploughed* (от *plough*) «провалиться на экзамене» (из студенческой лексики) и другие.

Рассмотрев понятие и этимологию сленга, на наш взгляд, можно выявить основные черты современного молодежного сленга.

К числу наиболее существенных отличительных признаков сленга относятся следующие: сленг – это не литературная лексика, то есть слова и сочетания, находящиеся за пределами норм литературного английского (*Standard English*), что характерно для устной речи. Фамильярная эмоциональная окраска многих слов и выражений сленга отличается большим разнообразием оттенков (шутливая, ироническая, насмешливая, пренебрежительная, презрительная, грубая и даже вульгарная). Это свойство очерчивает стилистические границы его употребления. В зависимости от сферы употребления, сленг можно подразделить на общеизвестный и общеупотребительный (*General Slang*) и малоизвестный и узкоупотребительный (*Special Slang*).

Многие слова и выражения сленга непонятны или малопонятны для основной массы носителей языка, особенно в период их возникновения и до перехода в более широкую сферу употребления, потому что, прежде всего, связаны со своеобразной формой выражения, например, при многочисленных случаях переноса значения (переносного употребления), столь характерного для сленга. Непонятность может также быть результатом того, что сленгизмы представляют собой заимствования из диалектов и жаргонов иностранного языка.

Сленг включает в себя различные слова и словосочетания, с помощью которых люди могут отождествлять себя с определенными социальными и профессиональными группами. Сленг – это яркий, экспрессивный слой нелитературной лексики, стиль языка, который занимает место, прямо противоположное крайне занормализованной литературной речи. Сленг – это живой, подвижный слой языка, который идет в ногу со временем и реагирует на любые перемены в жизни страны и общества [2, с. 78].

При переводе сленга необходимо придерживаться, в основном, двух направлений: или подыскивать аналогичный русский сленгизм, обладающий примерно такой же экспрессивностью; или идти по пути толкования и разъяснения значения, то есть использовать описательный прием перевода [3, с. 67].

Большую важность при этом представляют «фоновые знания» о сленге, то есть информация о ситуации употребления соответствующего сленгизма. Подобная информация, к сожалению, находит пока очень слабое отражение в современных двуязычных словарях. Все это в какой-то степени затрудняет работу профессиональных переводчиков [3, с. 70].

На наш взгляд, следует упомянуть о денотативном и коннотативном значениях слова. Денотативное значение слова, по мнению И. Арнольд, несет в своем лексико-семантическом варианте первую часть информации, связанной с предметом сообщения и называющей понятие. Коннотация – это вторая часть информации, которую несет слово, а именно: сообщение, связанное с условиями и участниками общения. Именно в эту часть и входят коннотации: эмоциональный, оценочный, экспрессивный и стилистический компоненты. Первая часть

обязательна для слова, вторая – факультативна, а четыре компонента могут присутствовать, отсутствовать, или выступать в разных комбинациях [4, с. 80].

Главной характеристикой британского сленга, по мнению Э. Парtridge, следует признать его диахроническую стабильность, в отличие от американского: если американские сленгизмы подвержены постоянной динамике, семантическому «выветриванию» и постоянному «вымыванию» из повседневного употребления, то британские сленгизмы весьма устойчивы и живучи в толще разговорного языка.

Для американского сленга в гораздо большей степени, чем для британского, типична такая языковая ситуация, когда лексические единицы сленга повышают свой статус и переходят в коллоквиализмы или стандартный американский английский: *bamboozle* – обман, мошенничество, *blimp* – чинуша, тупой исполнитель, *buddy* – дружище, приятель, *crony* – близкий друг, *flabbergast* – изумлять, *flimflam* – вздор, ерунда, *hoodlum* – хулиган, *mob* – толпа, *ogle* – влюбленный взгляд и другие [5].

Главная специфичная черта американского сленга обусловлена пестрым национально-культурным составом населения США. Одними из первых обратили внимание научного мира на то, что в североамериканском сленге наиболее сильна его специфическая составляющая, обеспеченная поликультурностью и многонациональностью населения США, такие выдающиеся исследователи англоязычного сленга, как Дж. Крапп, Э. Уикли и Э. Патридж.

На основе исследований Э. Парtridge мы выделили основные характеристики британского и американского сленгов. Можем сделать вывод, что британский сленг более устойчив, практически статичен, нежели американский. Последний, в свою очередь, достаточно динамичен и изменчив. Американский сленг больше подвержен переходу в стандартную разговорную речь.

Мы считаем, что сегодня в английской и американской коммуникативной системе проявляются две противоположные тенденции. С одной стороны, статусность играет не последнюю роль в системе английских ценностей; с другой – демократические традиции требуют того, чтобы общение оставалось неформальным и симметричным.

Необходимо подчеркнуть, что с социальной точки зрения язык представляет собой совокупность социолектов – вариантов языкового употребления, используемых различными социальными группами. Социолект служит символом групповой принадлежности и средством взаимной поддержки людей. Одной из главных тенденций развития английского языка в последние десятилетия стала “*colloquialization of English*”, когда разговорные выражения не только входят в речь большинства носителей языка, но и влияют на стиль их общения [6, с. 24].

Границы «общенародного» сленга очень подвижны. Это как бы языковое экспериментальное поле. Здесь обкатываются как новые в языке слова, так и слова старые, но употребляющиеся в необычном, свежем значении. Естественно, все сначала приходит из определенных социальных групп. Лишь потом они становятся всеобщими, долго еще сохраняя налет неформальности. Сленговые слова на начальном этапе выходят за рамки обычного языка. Но при абсорбции их «большим» языком от частого употребления свою оригинальность и юмористический оттенок они во многом утрачивают, а через какое-то время становятся вполне тривиальными.

В рамках настоящего исследования нас интересуют, прежде всего, сленговые выражения в англоязычных странах, поэтому

мы исследовали социальную сеть Facebook (www.facebook.com) (далее – социальная сеть). Приведем наиболее встречающиеся и укрепившиеся выражения, использующиеся в социальной сети:

- to de-face – переместить друга со своего аккаунта;
- to frignore – принять заявку на добавление в друзья и затем игнорировать нового друга.

Можно выделить группы слов, которые характеризуют процесс общения друзей/пользователей сети:

- to facejete – в социальной сети отправляешь сообщение, размещаешь пост на стену или комментарий и сидишь в ожидании ответа, которого нет;
- inbox rot – оставление заявки на добавление в друзья без ответа, то есть не принимаешь заявку и не отклоняешь заявку;
- to facebox – отправлять личное сообщение на Facebook.

Также мы выделили глаголы, которые различают друзей в социальной сети и друзей в реальной жизни:

- irlfriend – пользователь сети, который является другом в реальной жизни;
- book-up – группа лиц – пользователей социальной сети, которые планируют организовать встречу, общаясь в чате Facebook;

– like-out – оценивать все записи на страничке какого-либо пользователя, использую значок “Like”.

Мы выявили два примера сленговых выражений, когда пользователь, заходя на сайт социальной сети, не хочет, чтобы другие пользователи видели его в он-лайн режиме, и тут же выходит из сети: prairie dogging logging into Facebook just long enough to check for updates before immediately logging back out. Usually done to prevent a boss, spouse, or child from observing your activities.

Следующая большая группа сленговых выражений пользователей социальной сети – это слова, описывающие статусы пользователей. Статус в социальной сети – это предложение/выражение, которое описывает твои мысли или род занятий в определенный момент времени: pull a corey – the action of removing one’s own Facebook wall post when this one happens to be embarrassing.

Также существуют выражения, которые употребляются при описании интернет зависимых (в частности зависимых от социальных сетей), что может стать причиной проблем с безопасностью на сайтах:

- faced-out – when a person has spent so long on Facebook they can’t take it anymore;
- Facebookicide – removing yourself from Facebook.

Таким образом, мы полагаем, что социальные сети являются неотъемлемой частью нашей жизнедеятельности, использование социальных сетей породило специальную неформальную лексику, которая уже сформировалась и прочно вошла в нашу жизнь. Проанализировав ряд сленговых выражений и слов, мы видим, что большее количество сленговых выражений описывают взаимоотношения пользователей сети, эта группа состоит из 27 слов: pirate friend, Facebook Alzheimer’s, Prairie Dogging, Facejected, frignore, irlfriend, facebox, Book-up, sargoning, friendzy, inbox rot, like-out, Collecting Faces, friendtourage, Hate click, pity add, de-face, friend-surfing, refriend, misfriend, Defriend, eager-add, Facebrick, picturefriend, Talked ‘n Blocked.

Следующая по численности группа сленговых выражений описывает статусы пользователей социальной сети: statiquette,

status commandeering, to have a PhD in chill’n, Twitbooking, Refreshbooking, status idiot, copystat, Profile Saga.

Исследование позволило нам выявить основные характеристики сленга в социальной сети:

1. Большинство проанализированных сленговых выражений касаются основных проблем пользователей социальной сети (tag bomb, boom boom boom, ghost post).

2. Многие сленговые выражения относятся уже к самой субкультуре пользователей социальной сети и касаются отношений внутри социальной сети.

3. Основная функция сленга в социальных сетях – это сократить употребляемую лексику, сделать процесс общения более легким.

В настоящее время – время развития технологий и, как следствие, разнообразных социальных сетей, мы полагаем, что лексика сленговых выражений в социальных сетях будет только увеличиваться, становиться богаче и разнообразнее, причем не только в рамках основной социальной сети Facebook, но и других, таких как Twitter, Whats App, Viber и т. д. Исходя из теоретического анализа, а также в результате исследования, проводимого нами в социальной сети Facebook, были получены следующие результаты (см. рис. 1).

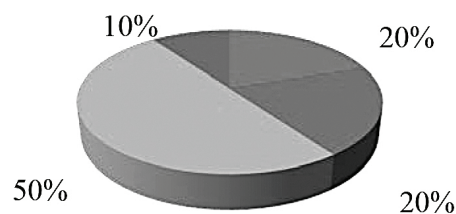


Рис. 1. Процентное соотношение частот использования британских и американских сленгов его носителями

Из 100% опрошенных в ходе нашего исследования половина употребляют в своей речи интернет-сленг. Одинаковый показатель – 20% – занимает употребление студенческого и повседневного сленгов, что говорит об увеличении популярности данных видов сленгов среди молодежи. И, наконец, наименьший показатель (10%) – это употребление других видов сленга (рифмованного, мобильного и т. д.). Данным исследованием мы выявили, что носители (студенты) американского и британского английского сленга больше всего в общении используют интернет-сленг, что может быть связано со стремительным развитием интернет-технологий и социальных сетей в частности.

Выводы. Итак, сленг можно оценивать по-разному: считать его засоряющим язык слоем лексики или, наоборот, подчеркивать его экспрессивную роль в обогащении словарного состава языка. Такое различие в подходах легко объясняется неоднородностью сленга, в который наряду с яркими образными выражениями входят вульгарные и грубые слова. Сленг представляет собой интереснейший психолингвистический и культурологический феномен, являясь отражением жизни не только отдельной языковой личности, но и коллектива (социума), его породившего. Существование и развитие современного молодежного сленга во многом зависит от развития культуры, социального строя и морально-нравственного воспитания. А выявление национальных особенностей студенческого сленга в лексико-грамматическом ключе представляется наиболее перспективным на данный момент аспектом дальнейших исследований ученых и лингвистов.

Литература:

1. Булыко А.Н. Большой словарь иностранных слов. 35 тысяч слов / А.Н. Булыко. – М. : Мартин, 2008. – 704 с.
2. Судзиловский Г.А. Сленг – что это такое? Английская просторечная военная лексика / Г.А. Судзиловский. – М. : Воениздат, 1973. – 182 с.
3. Нелюбин Л.Л. Введение в технику перевода (когнитивный теоретико-прагматический аспект) : [учебное пособие] / Л.Л. Нелюбин. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 216 с.
4. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка: (Стилистика декодирования) : [учеб. пособ. для студент. пед. ин-тов по спец. «Иностр. яз.»] / И.В. Арнольд. – 3-е изд. – М. : Просвещение, 2010. – 300 с.
5. Гуральник Т.А. Особенности молодежного сленга в американском варианте современного английского языка / Т.А. Гуральник // Семантика и прагматика языка в диалоге культур. – Самара : СамГУ, 2011. – 391 с.
6. Матюшенков В.С. Особенности употребления сленга в Северной Америке, Великобритании, Австралии / В.С. Матюшенков. – М. : Наука, 2005. – 176 с.

Басенко Г. М. Порівняльна характеристика американського й британського студентського сленгу

Анотація. Стаття присвячена дослідженню сучасного британського та американського студентського сленгу в їх порівняльній характеристиці. Обґрунтовано визначення поняття «сленг». Розкрито особливості розвитку молодіжного сленгу в соціальних мережах. Визначено перспективи подальшого розвитку цієї проблеми.

Ключові слова: студентський сленг, соціальні мережі, британський, порівняльна характеристика, американський.

Basenko G. Comparative characteristic of British and American student slang

Summary. This article is devoted to the British and American student slang in their comparative characteristic. The notion of slang, its etymology and essence have been substantiated. The peculiarities of British and American slang have been determined. A detailed analysis of student slang in social network Facebook has been carried out. The certain possibilities and prospects of further development of this problem have been defined.

Key words: student slang, social network, British, comparative characteristic, American.