

Воробйова О. С.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри германської філології та перекладу
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Палій К. В.,
кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри германської філології та перекладу
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сідак О. О.,
кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри германської філології та перекладу
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

СЕМАНТИКА СЛЕНГОВИХ НАЙМЕНУВАНЬ ЛЮДИНИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Анотація. Стаття присвячена вивченню сленгових найменувань людини в англійській мові. Поруч із літературною мовою існує величезний лексичний пласт, який називається сленгом. Сленг є цікавим лінгвістичним феноменом, він визнається антиподом літературної мови і ототожнюється частково з жаргоном, а частково з професіоналізмом і з розмовною мовою. У роботі під сленгом розуміється варіант розмовної мови, який збігається з нормами літературної мови. В останні десятиліття відбуваються активні зміни словникового складу англійської мови, його демократизація, що призводить до нестандартної лексики. Лінгвістика останніх десятиліть активно переключилася з вивчення письмової мови на дослідження та аналіз безпосереднього живого спілкування. Інтерес до людини завжди залишався головною дослідницькою проблемою гуманітарних наук. Сучасний антропологічний ренесанс, характерний також і для лінгвістики, на думку філософів, пояснюється усвідомленням загрози людині (екологічній, військовій, демографічній, втрати етнокультурної специфіки) та відрізняється спробою пошуку на новому етапі історичного розвитку відповідей на питання, що пов'язані із сутністю людини.

В умовах глобалізації людського суспільства подальша розробка проблем ідентифікації людини як представника певної культури та виділення її домінуючих властивостей, втілених у мовних одиницях, їх опис у тематичному просторі «людина-культура» набуває особливої значущості.

Одним із джерел отримання певного уявлення про зміст цього багатовимірного об'єкта у свідомості носіїв мови є семантика її мовних номінацій. Людина представлена в мові одиницями первинної та вторинної номінації. Початкові або первинні процеси номінації у сучасних мовах представлені рідко. Номінативний інвентар мови поповнюється переважно за допомогою запозичень або вторинної номінації, тобто використання в акті номінації наявної одиниці як ім'я для нового позначення.

Серед мовних засобів, що номінують людину, важливе місце посідає сленгова лексика. Необхідно відзначити, що мовний образ людини має «віртуальні» межі, він включає у себе всі сфери прояву людини і створюється на основі

біологічних, фізичних, психічних, інтелектуальних, соціальних параметрів.

Ключові слова: сленг, найменування, феномен, метафора, полісемія.

Постановка проблеми. Проблема вивчення категорії «сленг» та його семантичних особливостей – одна з актуальних проблем сучасного мовознавства. Феномен сленгу вивчали багато вчених. Унікальним явищем у лексикографії ХХ століття є великі праці Е.Х. Партріджа, видатного фахівця з фіксації просторових слів та виразів. Е.Х. Партрідж став творцем оригінальної концепції англійської лексичної просторичності. У своїх теоретичних роботах він запропонував трактування основних термінів та компонентів нестандартної англійської лексики, у тому числі сленгу. Його висловлювання щодо сленгу досі не застаріли. До проблеми сленгу звертався Г.Л. Менкен, автор відомої праці «The American Language».

Однак сленг – досить динамічний і на цьому етапі все ще не досить вивчений. Крім того, низка положень щодо сленгу застаріли. Ось чому необхідно цілісно розглянути поняття «сленг» в англійській мові з точки зору сучасної науки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Описом сленгу займалися також Г.У. Фаулер, А. Баррере і Ч. Леланд, які зробили внесок у розкриття генези та функціонування англійського субстандарту. Свій внесок у вивчення американського субстандартного словникового фонду зробили видатні дослідники та лексикографи С.Б. Флекснер і Г. Уентворт, В.А. Хом'яков, І.В. Арнольд та ін.

Мета цього дослідження полягає у виявленні загальних та відмінних семантичних та структурних характеристик сленгових найменувань, що номінують людину в англійській мові.

Виклад основного матеріалу. Аналіз сленгових лексичних одиниць (далі –ЛО) дослідження дозволив виділити в англійській мові 10 груп сленгізмів, що описують людину: «фізичний стан», «характер», «професійна діяльність», «національність», «зовнішність», «поведінка», «соціальний статус», «розумові здібності», «емоції», «вік».

Найбільш продуктивною є група сленгізмів «**фізичний стан**» (51 од., 22,8%): *blown up* «п'яний», *clanked* «втомлений», *dry* «тверезий», *backed up* «п'яний наркотиками». ЛО цієї групи в основному описують людину, яка перебуває у стані наркотичного або алкогольного сп'яніння. Наприклад, *turnt* – форма прикметника. Це означає бути у стані сп'яніння після вживання наркотиків або алкоголю.

Цікаво, що сленгізми описують різні стадії сп'яніння: сленгізм *alkied* позначає п'яну людину, *country drunk* – шалену від пияцтва, а ЛО *dead drunk* – мертву, тобто абсолютно п'яну людину. Сленгізм *garper* означає наркомана на 1-й стадії ломки. Деякі сленгізми дають уточнення, від якої речовини сталося сп'яніння: *fixed* «п'яний наркотиком», *amped* «п'яний амфетаміном».

Слід зазначити, що багато сленгізмів почерпнуті з лексики наркоманів, наприклад: *blown out* «сп'янений наркотиком», *hyper tweaked* «залежний від кокаїну», *blew out* «перебуває у стані сп'яніння або збудження під впливом марихуани». Крім того, ЛО, що входять до цієї групи, номінують й інші фізичні стани, наприклад, сленгізми *clanked*, *creased*, *allin* позначають «втомлену людину», ЛО *outcold* – людину, яка втратила свідомість, *bottomless* – дуже голодну людину, *gammy* – сексуально збуджену, *outed* – мертву [1; 2].

Наступна за чисельністю група сленгізмів – «**характер**» (45 од., 20,1%): *blowhard* «хвалько», *ballofire* «енергійний», *cheesed-off* «дратівливий», *chicken-hearted* «боягузливий», *mingy* «жадібний». Сленгізми цієї групи називають риси характеру людини, які визначають образ її поведінки. ЛО номінують як позитивні, так і негативні риси характеру. Наприклад, позитивну конотацію мають значення таких сленгізмів: *schlemiel* означає довірливу людину, *dead-cush* – порядну, *shyfish* – сором'язливу. Негативну конотацію мають значення таких сленгізмів: *drag* «набридливий», *prettyboy* «хвалько», *fishy* «підозрілий», *leery* «хитрий», *pot-boiler* «халтурник», *poorfish* «простофіля», *coldfish-off* «дратівливий», *goakhead* «упертий», *scatterbrain* «забудкуватий», *schmaltzy* «занадто сентиментальний».

Виявлено сленгізми, що позначають характер людини, утворені на основі зоосемантичної метафори, тобто на основі перенесення певних якостей тварин на людину. Так, ЛО *scut* у загальній лексиці позначає короткий хвіст, особливо у зайця чи кролика. У сленговій лексиці здійснено метафоричне перенесення, внаслідок чого ЛО *scut* номінує таку якість людини, як підлість. Цим словом називають мерзотника, негідника.

Шляхом метафоричного перенесення від слів *chicken* (курча) і *hearted* (серцевий) утворений і сленгізм *chicken-hearted*, що позначає боягуза, того, хто не готовий чи боїться ризикувати, людину, якій бракує самовпевненості. Курчатові приписується така якість, як полохливість. Синонімом до аналізованої ЛО є сленгізм *yellow* «людина, яку легко налякати, злякати», «боягуз».

Серед ЛО цієї групи трапляються слова, які виражають різні відтінки значення. Наприклад, слово *charmer* у загальній лексиці позначає чарівну людину, сленгізм *charmer* описує спокusника, людину, яка вміє зачарувати [2; 1].

Значною за чисельністю є група сленгових найменувань «**професійна діяльність**» (31 од., 13,8%): *prof* «професор», *salt* «моряк», *smokeeater* «пожежний», *trigger* «найманий вбивця» [2].

У британській культурі людина частіше характеризується у сфері її професійної діяльності, у англійській мові багато лексичних одиниць, що описують ділову діяльність людини.

Сленгізми цієї групи номінують як професійну діяльність людини (17 од., 56%), так і рід її занять (14 од., 45%). Так, старого, досвідченого моряка називають *salt* та *water-dog*, водія таксі – *cabbie*. Більшість сленгізмів є образними професіоналізмами: *land-shark* «юрист», *gospel-grinder* «пастор», *sewerhog* «землекоп».

Загальноживальне слово *land-shark* буквально перекладається як «акула». Англійські моряки так називають юриста. Можливо, такий образ пов'язаний з переносним значенням такої ЛО – «хижак», «вимагач», «шахрай», «шулер», «спекулянт». Американський сленгізм *land-shark* означає «блискучий знавець». Сленгізм *gospel-grinder* означає «пастор» (буквально «гризун Біблії»). Завдяки сленговому найменуванню *smokeeater* пожежник постає як поїдач диму. Слово *hick*, крім основного значення «сільський», «провінціаль», має значення «фермер».

Заслужують уваги сленгізми, які є емоційно забарвленою лексикою, найчастіше з глузливою, іронічною або пародійною конотацією, що, загалом, характерно для будь-якого професійного жаргону. Наприклад, сленгове *basen* і *police* «поліцейські», *astoroil artist* «лікар».

Слово *bubblehead* (*bubble* – англ. міхур, *head* – голова) у повсякденному мовленні англійців закріпилося у значенні «дурень» або «тупий». У путівниках воно згадується в значенні «підводник», а у словнику Ріка Джоллі – «водолаз» [2; 3].

До групи «**зовнішність**» (30 од., 13,4%) належать одиниці, що описують зовнішність людини, оскільки приділяти увагу своїй зовнішності є необхідною вимогою до людини з боку суспільства, це відбивається і в лексиці.

У цій групі трапляються як позитивно марковані сленгізми, так і негативного характеру. Наприклад, сленгізм *fancy-schmancy* описує красиву сильну людину.

Слово *chic* перекладається як «стильний», «елегантний», «модний». Як сленгове найменування зовнішності людини ЛО *chic* та *slick-chick* позначають молоду жінку, особливо привабливу молоду жінку. Ще привабливу жінку називають (*sweet*) *patootie*. Для опису елегантної, модно одягненої людини застосовується сленгізм *dressed to the nines teeth*.

Слід зазначити, що під час описання зовнішності людини частіше використовується негативно маркована сленгова лексика. В основному сленгізми негативно характеризують чоловіка, наприклад, лису людину описує сленгізм *chrome-dome*, потворну – сленгізм *paу*. Виявлено декілька ЛО зі значенням «товстий»: *chunky* «товстий», *fugly* «жирний, потворний», *penderthal* «великий, потворний чоловік», *slob* «товста неприємна людина», *blubbergut* «товстун», *chunky* «товстий». До цієї групи входять ЛО і з іншим значенням, наприклад: *bag of bones* «жахливо кістлявий», *beanpole* «виснажений» [2; 3].

Група сленгізмів «**поведінка**» налічує 22 од., або 9,8%: *barfy* «той, хто засідає в барі», *backset driver* «надокучливий пасажир», *couch* «нероба, що постійно дивиться телевізор», *oddbird* «дивна, ексцентрична людина».

Основним компонентом денотативного аспекту значення сленгізму про поведінку є дія. В основі характеристики поведінки людини лежить норма та відхилення від неї. Ця група включає ЛО, що описують різні поведінкові реакції людини.

Наприклад, до ЛО із семантикою поведінки належить слово *geek*. У сучасних американських словниках слово *geek* пояснюється як «незвичайна, дивна особистість». Раніше а *geek* означало вуличного балаганного актора, чия вистава зазвичай включала відкушування голови у живої курки або змії. Спочатку слово *geek* представляло англійське діалектичне *gesk* зі значенням «дурень». Пізніше воно стало позначати «зрушений, схиблений на чомусь» і «зануда», «набридлива нудна людина, яка не вміє поводитися у суспільстві, одягається неналежним чином». Зараз *geeks* – це люди, які частіше знаходять спільну мову з комп'ютером, ніж з іншими людьми, або студенти, які, на думку своїх однокурсників, витрачають занадто багато часу на навчання.

Негативну оцінку набувають деякі зовнішні форми поведінки людей. Висміюється той, хто не вміє поводитися, і той, хто веде себе неприродно. Дивних людей, диваків, не схожих на інших, називають *oddbird*, *weirdo*. Цей сленгізм зазвичай належить до сексуальної практики і вказує на збочення (*kinky sex*).

Людину, яка не вміє поводитися, психа номінує сленгізм *bats*. Ще кажуть так: *he has bats in the attic* «у нього дах з'їхав». Психопата, божевільного також називають *nutter*. Одне зі значень слова *rack* – хворий стан розуму; душевна хвороба. Сленгізм *rack* називає психа, наприклад: *He is a crack* «Він з'їхав з глузду» [4].

Група сленгових найменувань «соціальний статус» (13 од., або 5,8%) представлена соціально маркованими ЛО, що позначають різні властивості особистості у системі соціальних відносин. Наприклад: *streeter* «бездомний», *анаконда* – «дружина».

В англомовному суспільстві цінується високий соціальний статус, що передбачає можливість кар'єрного зростання, високий стандарт життя та вплив у широких колах.

Наприклад, як у Великобританії, так і у США поширена сленгова одиниця *Empty-nester*. Вона означає батька, чії діти виросли, здобули освіту, знайшли роботу та окреме житло. Одиниця є складним словом, яке шляхом метафоричного перенесення і суфікса *-er* стало сленговою одиницею.

Інша сленгова одиниця, що заслуговує на розгляд, – це скорочення *Yurpie*, що розшифровується як «*young, urban, professional*». Тобто молодий, міський, професійний. Цю сленгову одиницю використовують до молодих добре освічених людей, які зуміли знайти своє місце у сучасному постіндустріальному суспільстві, забезпечених високооплачуваною роботою, задоволених сформованим порядком і соціальним устроєм. Існує кілька варіантів цієї сленгової одиниці, що позначають різні соціальні категорії. Наприклад, сленгова одиниця *Churpie* розшифровується як «*Chinese yurpie*», тобто китайський «яппі», що свідчить про те, що багато емігрантів з Китаю та інших країн Далекого Сходу домагаються на Заході, зокрема в Англії, дуже високого соціального стану і мають усі можливості реалізувати себе у західному суспільстві.

З американського сленгу до англійської прийшла така сленгова одиниця, як *Yurpie*, утворена шляхом злиття слів *black* та *yurpie*. Вона позначає молодого і успішного в житті африканця, явища хоч і не частого, але все ж таки характерного для США і меншою мірою для Великобританії.

В англійському слензі існує така одиниця, як *Dinky* (*Dink*), що розшифровується як *Double income no kids yet* (подвійний дохід, дітей поки немає). Одиниця позначає сім'ю, яка відмо-

вилася тимчасово від народження дитини та зосередилася на роботі з метою накопичення матеріальних статків. У такій сім'ї працюють одразу чоловік та дружина, про що свідчить словосполучення *Double income*. За аналогією була утворена ще одна сленгова одиниця. Це скорочення *Oink* (*one income, no kids*), що означає сімейну пару або окрему людину, яка не має дітей і живе на одну зарплату.

В англомовному суспільстві актуальним є такий показник, як фінансове становище. Позитивно оцінюється людина заможна, з гарним доходом. Наприклад: *flush* «багатий», *moneybags* «дуже багатий». Водночас сленгове найменування *fat-cat* «жирний кіт» несхвально називає дуже багату людину, яка в основному живе на відсотки та дивіденди від інвестицій і не займається активно бізнесом. Американський варіант цього сленгізму означає багатія, грошового мішка, спонсора тієї чи іншої політичної партії. Вторинна номінація представлена сленгізмом із семантикою «стиснутий у грошах», «зруйнований». Така ЛО негативно маркована, оскільки суспільство не вітає людей, які фінансово не заможні. Таке саме ставлення і до людини, яку називають *freeloader* «нахлібник».

Соціальний статус людей включає такі компоненти, як родинні, сімейні, дружні стосунки. Наприклад, наступні ЛО описують характер зазначених відносин: *sis* «сестра», *baby* «коханка». Таким чином, очевидно, що сучасне англійське суспільство характеризується величезною палітрою соціальних груп [5].

ЛО семантичної групи «розумові здібності» (11 од., 4,9%) номінують здатність людини до мисленнєвої діяльності. Розумові здібності належать до основних, фундаментальних здібностей людини, які, як передбачається, є основними компонентами інтелекту. Лексичним одиницям, що описує інтелектуальні здібності людини, властива асиметричність полюсів позитивної та негативної оцінки: «розумний» – «дурний». Цілком логічно, що у цій групі було виділено дві протилежні за значенням підгрупи: «розумна людина» і «дурна людина».

Аналізуючи матеріал дослідження, було виявлено, що більшість сленгізмів, що описують розумові здібності людини (11 од., 5%), належать до найменування дурної людини (8 од., 72%). За даними словників, поняття «дурість» має широку сферу. Здебільшого воно пов'язане з негативною конотацією, служить для негативної характеристики інтелектуальних здібностей як самої людини, так і результатів її інтелектуальної праці. Слід зазначити, що ці лексичні одиниці мають додаткове емоційно-оцінкове значення та яскраве стилістичне забарвлення. Аналізована група містить також ЛО, що описують відставання, ті або інші відхилення від норми в розумовому розвитку: *brain-burned* «з мозком проблеми через вживання наркотиків».

Меншою у кількісному відношенні є підгрупа сленгізмів, що номінують видатні розумові здібності. Серед одиниць з позитивно-оцінним значенням можна назвати такі: *whitzkid* «вундеркінд», *egghead* «яйцеголовий».

Наведемо ще один приклад. Досвідченим британським морякам добре знайомий сленгізм *pickle jar officer*, утворений від слів *pickle* «соління», *officer* «офіцер». Так на флоті називають розумних університетських випускників, які, за словами Ріка Джоллі, «можуть обчислити квадратний корінь кришки банки із соліннями з точністю до трьох десяткових знаків, але не мають уявлення, як цю банку відкривати», тобто виявляються марними у вирішенні практичних завдань [6].

До семантичної групи «національність» (10 од., 4,4%) належать сленгізми, що номінують людину за її національними ознаками. Приклади таких ЛО: fritz «німець», paddy «ірландець». Причинами виникнення національних прізвиськ зазвичай є стереотипи, упередження, ворожість, бажання висміяти. Сленгізми цієї групи емоційно забарвлені. Розглянемо деякі ЛО цієї семантичної групи. Деякі сленгізми утворені шляхом усичення, наприклад сленгізм Spig «іспанець» утворений шляхом усичення слова Spiggoty, сленгізм Nig «негр» шляхом усичення слова Nigger. Трапляються сленгізми, в основі утворення яких лежить метафора, наприклад: lily-white «білий», brownie «мулат» [5; 6].

Семантична група «емоції» є малопродуктивною (8 од., 3,7%). Більшість лексем цієї групи виражають яскраві позитивні чи негативні емоційні стани. Приклади таких ЛО: miffed «ображений», upbeat «радісний», bent out of shape «злий», jacked up «збуджений» [5].

Тут, як і в попередній групі, спостерігається кількісна перевага негативно-оцінної лексики. Переважають такі емоції, як розчарування, смуток, образа, агресія: brassed «розчарований», sadsack «сумний», scared shitless «ображений, дуже наляканий», browned(off) «злий», bent out of shape «злий», frosted(over) «злий, роздратований», miffed «ображений» [5].

До одиниць із позитивно-оцінним значенням належать ЛО upbeat «радісний», thatway «закоханий» [6].

Як показав аналіз, найменш продуктивною є група сленгізму «вік» (8 од., 3,6%): buzzard «старий», gaffer «старий». Загальновживане слово baboon означає бабуїна, мавпу. У разі утворення сленгізму відбулося зміщення значення, тепер воно означає не тільки юнака, а й характеризує його як нікчемність. Сленгове значення слова buzzard відрізняється від загального значення. Загальновживане слово означає дурник. Сленгове найменування «старий», «старий чорт», очевидно, утворилося внаслідок асоціації: старий, отже, дурний. Зазвичай використовується як поєднання old buzzard. Судячи з нечисленності сленгізмів цієї групи, така характеристика людини, як вік, не знаходить яскравого відображення в лексиці англословного суспільства.

Висновки. Таким чином, в англійській мові широко представлені сленгізми, які образно характеризують людину, її фізичні якості, зовнішність, риси характеру, розумові здібності, поведінку, соціальний статус, професійну діяльність, почуття, вік, при цьому сленгізми в основному емоційно забарвлені та відображають ставлення того, хто говорить. Сленгізми емоційно забарвлені, більшість має негативно-оцінну конотацію.

Література:

1. Голденков М.А. Английский сленг, идиомы и фразеология. Азы английского сленга и деловой переписки. Минск : РИП «Петит», 2000. 48 с.
2. Захарченко Т.Е. Английский и американский сленг. Москва : Изд-во АСТ, 2009. 133 с.

3. Маковский М.М. Современный английский сленг. Онтология, структура, этимология. Москва : Либроком, 2009. 234 с.
4. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. Москва : Высшая школа, 1956. 316 с.
5. Partridge E. Dictionary of Slang and Unconventional English, 2002. 1440 p.
6. Левикова С.И. Большой словарь молодежного сленга. Москва : Фаир-Пресс, 2003. 923 с.

Vorobiova O., Palii K., Sidak O. Semantics of human slang names in English

Summary. The article is devoted to the study of human slang names in English. Next to the literary language there is a huge lexical layer, which is called slang. Slang is an interesting linguistic phenomenon, it is recognized as the antithesis of literary language and is identified partially with jargon, and especially with professionalism and spoken language. In the work slang means a version of prose, which coincides with the norms of literary language.

In recent decades, there have been active changes in the vocabulary of the English language, its democratization, which leads to non-standard vocabulary. Linguistics in recent decades has actively switched from the study of written language to the study and analysis of direct live communication. Functional variants of language use are derived, secondary from the elementary and basic form – conversational.

Interest in human has always been a major research problem in the humanities. According to philosophers, the modern anthropological renaissance, which is also characteristic of linguistics, is explained by the awareness of the threat to man (ecological, military, demographic, loss of ethnocultural specificity) and differ by the attempt to find answers to questions related to human essence at a new stage of historical development.

In the context of globalization of human society, the further development of problems of human identification as a representative of a particular culture and the allocation of its dominant properties embodied in language units, their description in the thematic space “man-culture” becomes especially important.

One of the sources of obtaining a certain idea about the content of this multidimensional object in the minds of native speakers is the semantics of its language nominations. Human is represented in the language by units of primary and secondary nomination. Initial or primary nomination processes in modern languages are rare. The nominative inventory of the language is supplemented mainly by borrowings or secondary nomination – that is, the use of the existing unit in the act of nomination as a name for a new designation.

Among the linguistic means that nominate a person, slang vocabulary occupies an important place. It should be mentioned that the linguistic image of man has “virtual” boundaries – it includes all areas of human manifestation and is created on the basis of biological, physical, mental, intellectual, social parameters.

Key words: slang, name, phenomenon, metaphor, polysemy.