

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ НОМИНАНТОВ И РЕНОМИНАНТОВ В АМЕРИКАНСКОМ СЛЕНГЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ»)

Введение. Ключевыми понятиями данного исследования являются «номинация» и «сленг». Термин «номинация» относится к числу многозначных. Так, возможно узкое понимание данного термина: «обозначение предметов с помощью отдельных слов или словосочетаний» [7, с. 232]. В широком понимании процесс номинации — это отражение сознания человека: предметы, лица, действия, качества, отношения и события.

В современных языках сленг является неотъемлемой частью повседневного языка. Однако в современной лингвистике до сих пор существует неоднозначное определение термина «сленг». Особенность сленга заключается в его вторичном характере как знаковой системы по отношению к литературному языку: он никогда не является единственным средством общения, а лишь дополняет родной язык [3; 9].

Лингвисты указывают на две функции сленга экспрессивную и номинативную [6, с. 161]. Сленг используется для многих целей, но одной из основных является выражение определенного эмоционального отношения, которое может быть разнообразным в зависимости от цели высказывания, т. е. экспрессивная функция.

Традиционно выделяют два стимула, которые порождают единицы нестандартной лексики: семантико-номинационный, который заключается в стремлении присвоить имена тому, что лишено определенного обозначения в литературном языке, и прагматический. Суть прагматического стимула заключается в преобразовании общеупотребительных названий известных понятий в экспрессивные [4, с. 33].

В результате действия этих стимулов лексику сленга формируют единицы двух групп: собственно сленгизмы [2, с. 79], или универбы [1], моноэлементы [5, с. 10], «номинанты» [4, с. 33] и эмоционально-экспрессивные дублиеты общелитературных слов, служащие «фамильяризации речи, эмоционально экспрессивной нюансировке» [2, с. 79]. В современной социолингвистике единицы второй группы получили название «аналоги» [1], «синоэлементы» [5, с. 10], «реноминанты» [4, с. 33].

Основная часть. Целью исследования было выявление номинантов и реноминантов в американском сленге. Материалом исследования послужил словарь американского сленга под редакцией Г. Уентворта [8]. Объектом исследования послужили наименования продуктов питания в американском сленге. Предметом исследования послужили номинанты и реноминанты в лексико-семантической группе «Продукты питания».

На первом этапе исследования путем сплошной выборки были отобраны наименования продуктов питания общим объемом 629 сленгизмов: *mulligan* 'a stew made of any available meat or vegetable', *buzzard* 'chicken served at a meal, turkey served at a meal', *set-up* 'the accouterments of a meal; bread and butter, salt and pepper, and condiments', *Mexican breakfast* 'a breakfast the consuming of which amounts to smoking a cigarette and drinking a glass of water, because one has no money, has a hangover, or is too tired to eat', *Black Mike* 'a meat and vegetable stew', *white cow* 'a vanilla ice cream soda, made with both vanilla, syrup and vanilla ice cream', *fresh one* 'another, newly made highball', *sneaky pete* 'any of various illegal alcoholic beverages, ranging from home-made whisky, flavored alcohol and fortified wine to bootlegged moonshine', *blanco water* 'coffee', *salt horse* 'corned beef, salted dried beef or chipped beef', *broken arm* 'food that has been uneaten or only partially eaten after being served at a meal; a plate of such food; leftovers, table scraps'.

На втором этапе отобранные нами сленгизмы были разделены на две группы — номинанты и реноминанты (таблица 1).

Т а б л и ц а 1 — Номинанты и реноминанты в лексико-семантической группе «Продукты питания» американского сленга

Тип единицы	Количество (%)
Номинанты	438 (69,63)
Реноминанты	191 (30,37)
ИТОГО	629 (100,00)

Как видно из приведенной таблицы, количество номинантов значительно выше (*goo-by* ‘prison food’, *blushing bunny* ‘Welsh rabbit with tomato soup as one of the ingredients’, *belly-wash* ‘almost any commercially prepared beverage or other drinkable liquid; whisky, beer, coffee, tea, soft drinks, or soup’, *minister’s face* ‘pig’s head cooked and served at a meal’), в то время как реноминанты представлены в меньшем количестве (*John Hall* ‘alcohol’, *cat beer* ‘milk’, *may* ‘mayonnaise’, *pano* ‘bread’, *skid grease* ‘butter’, *deep-sea turkey* ‘salmon’, *woodfish* ‘mushrooms’).

На заключительном этапе были выявлены способы образования номинантов и реноминантов в лексико-семантической группе «Продукты питания» (таблица 2).

Как видно из приведенной таблицы, при образовании номинантов и реноминантов задействованы такие способы номинации, как семантическая деривация и словообразование. Рассмотрим примеры номинантов и реноминантов: *rednoise* ‘tomato soup, a bowl of tomato soup’ (сложение), *western* ‘a glass of Coca-Cola with chocolate flavoring added’ (конверсия), *gook* ‘any viscous, semi liquid sauce or dressing’ (контаминация), *B.L.T.* ‘bacon-lettuce-and-tomato sandwich’ (сокращение), *dookie* ‘a lunch wrapped up at a circus cook tent to be handed out to workmen, a box lunch’ (суффиксация), *edhot* ‘a frankfurter’ (конверсия), *lubricant* ‘butter’ (метафора), *elephant ears* ‘apricots’ (сложение), *marge* ‘margarine’ (сокращение), *veggies* ‘vegetables’ (суффиксация).

Т а б л и ц а 2 — Способы образования номинантов и реноминантов, количество (%)

Способ образования	Номинанты	Реноминанты
Семантическая деривация:		
метафора	127 (29,00)	32 (16,75)
метонимия	39 (8,90)	13 (6,81)
сужение/расширение значения	25 (5,71)	3 (1,57)
Словообразование:		
конверсия	43 (9,82)	35 (18,32)
сложение	154 (35,16)	76 (39,79)
сокращение	20 (4,57)	10 (5,24)
суффиксация	14 (3,20)	6 (3,14)
контаминация	4 (0,91)	—
Заемствование	7 (1,60)	8 (4,19)
Звукоподражание	2 (0,46)	4 (2,09)
Паронимическая аттракция	3 (0,68)	4 (2,09)
ИТОГО	438 (100,00)	191 (100,00)

Также были задействованы такие способы номинации, как заимствование, паронимическая аттракция и звукоподражание. Рассмотрим следующие примеры: *cush* ‘a form of mush or gruel’ (заим. из диалекта), *zip* ‘sugar’ (заим. из диалекта), *glop* ‘unappetizing food, semi viscous mixture’ (звукоподражание), *yum-yum* ‘sweets’ (звукоподражание), *joe* ‘coffee’ (паронимическая аттракция).

Проанализировав данную таблицу, мы выявили, что метафора, метонимия и сложение чаще всего порождают номинанты. Например: *birdseed* ‘any dry, packaged breakfast cereal’, *dag wood* ‘a gigantic sandwich’, *bran* ‘a bran muffin, an order of a bran muffin’.

При образовании реноминантов чаще всего задействованы такие способы, как метафора (*ballon* ‘a frankfurter’, *hand grenade* ‘a hamburger’), сложение (*overland trout* ‘bacon’, *pig salve* ‘lard’, *army strawberries* ‘prunes’) и конверсия (*smash* ‘wine’, *lush* ‘liquor’, *cackle* ‘an egg’).

Заключение. Проведенный на материале наименований продуктов питания анализ свидетельствует о том, что хотя сленг — вторичная система, его функция не всегда сводится к созданию дублетных наименований слов литературного языка. Наш материал свидетельствует о том, что сленг может выступать в качестве независимой номинативной системы. При образовании номинантов чаще всего используются метафора, метонимия, сложение, а при образовании реноминантов — метафора, сложение и конверсия.

Список цитируемых источников

1. *Беляева, Т. М.* Нестандартная лексика английского языка / Т. М. Беляева, В. А. Хомяков. — М.: ЛИБРОКОМ, 2010. — 136 с.
2. *Дубровина, К. Н.* Студенческий жаргон / К. Н. Дубровина // Филол. науки. — 1980. — № 1. — С. 78—82.
3. *Лукашанец, Е. Г.* Словообразовательная система русского арго и проблемы ее описания / Е. Г. Лукашанец. — Минск: МГЛУ, 2007. — 300 с.

4. Химик, В. В. Язык современной молодежи / В. В. Химик // Современная русская речь: состояние и функционирование : сб. аналит. материалов ; под ред. С. И. Богданова. — СПб. : Филол. фак. СПбГУ, 2004. — С. 7—63.
5. Хомяков, В. А. Структурно-семантические и социально-стилистические особенности английского экспрессивного просторечия / В. А. Хомяков. — Вологда : ВГПИ, 1974. — 102 с.
6. Хомяков, В. А. Слова-жаргонизмы в структурно-семантическом аспекте / В. А. Хомяков // Вопросы структуры английского языка в синхронии и диахронии : межвуз. сб. ст. / Ленингр. гос. ун-т ; под ред. Т. М. Беляевой. — Л., 1985. — Вып. 5 : Слово и предложение в структурно-семантическом аспекте. — С. 160—163.
7. Языковая номинация (общие вопросы) : сб. ст. / Акад. наук СССР, Ин-т языкознания ; под ред. Б. А. Серебrenникова. — М. : Наука, 1977. — 357 с.
8. *Wentworth, H. A dictionary of American slang* / H. Wentworth, S. B. Flexner. — 2nd ed. — N. Y. : Thomas Y. Crowell Publishers, 1975. — 766 p.
9. Русский семантический словарь : толковый слов., систематизированный по кл. слов и значений : в 2 т. / Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. ; под ред. Н. Ю. Шведовой. — М. : Азбуковник, 1998. — Т. 1 : Слова указующие (местоимения). Слова именующие : имена существительные (Продукты питания и внутреннего потребления). — 807 с.

УДК 81-2

В. Л. Дедюля, Е. В. Булатая

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОМПЬЮТЕРНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ЯЗЫКА СФЕРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ)

Введение. Понятие «компьютерный дискурс» вошло в лингвистическую науку относительно не так давно, однако быстро привлекло внимание многих ученых и исследователей как в рамках трактовки сущности категории компьютерного дискурса, так и в рамках исследования различных направлений и подходов к ее изучению в лингвистике. Следовательно, не вызывает удивления тот факт, что в настоящее время в лингвистике существует немало определений термина «компьютерный дискурс». К примеру, А. И. Самаричева указывает, что компьютерный дискурс — это «вся совокупность текстов, объединенных общей тематикой, связанной с современными информационными технологиями» [2]. Обобщенно исследователь трактует компьютерный дискурс как тексты о компьютерах, анализируя различные виды текстов в соответствии с компьютерной тематикой.

По мнению Е. Н. Галичкиной, компьютерное общение представляет собой общение в сетях, а непосредственно компьютерный дискурс имеет графические, лексические и текстуальные характеристики в различных языках. По утверждению исследователя, компьютерный дискурс имеет общие черты с массовой коммуникацией, однако все же не совпадает с ней полностью [1].

Немаловажно заметить, что понятие «компьютерный дискурс» можно трактовать двояко. С одной стороны, это, как указывает М. Маклюэн, любое общение в компьютерных сетях, общение с использованием электронных сигналов коммуникации [3]. С другой стороны, компьютерный дискурс можно определить как общение между коммуникантами на тематику, связанную с компьютерами.

В нашем исследовании мы будем придерживаться второго подхода, поскольку материалом исследования выступает лексический состав языка, который используется сотрудниками ИТ-компаний в их повседневной жизни.

Основная часть. В рамках проведения нашего исследования был осуществлен опрос сотрудников ИТ-компания EffectiveSoft в целях выявления лексического состава языка, используемого так называемыми «айтишниками» в их профессиональной сфере.

Основной задачей исследования выступило установление того спектра лексических единиц, посредством которых происходит коммуникация между сотрудниками компании, и слов, плавно входящих в повседневную жизнь людей, которые никаким образом не соприкасаются с информационными технологиями.

В результате опроса сотрудника компании EffectiveSoft нами был составлен минисловарь лексических единиц, т. е. терминов, которые используются в ежедневной коммуникации между сотрудниками.

Слова, входящие в разработанный минисловарь, мы разделили на три группы в соответствии с их использованием в сфере информационных технологий и за ее пределами: 1) слова, которые используются в повседневной жизни человека, не связанного с программированием; 2) слова, активно используемые ИТ-сотрудниками, но еще не популярные за пределами ИТ-компаний; 3) слова, использование которых затруднено и/или невозможно за пределами ИТ-компаний.

Итак, первую группу составляют такие слова, как *админ* (англ. admin) — администратор; *браузер* (англ. browser) — программа, с помощью которой можно просматривать веб-страницы или, другими словами, выходить в Интернет; *гуглить* (англ. to google) — искать информацию в поисковике Google; *инет*