

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЕМАНТИЧЕСКИХ И СТРУКТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕДУПЛИКАТИВНЫХ СЛОВ В СЛЕНГЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

**Введение.** В научных исследованиях редупликация рассматривается как словообразовательный процесс, главной моделью которого является удвоение основы [1]. Редупликация свойственна языкам различного строя, ее функции многообразны. Чаще она всего выступает как средство варьирования лексического значения, выражая интенсивность, дробность, уменьшительность и т. п. [2].

**Основная часть.** Целью нашего исследования является сравнительный анализ семантических и структурных особенностей редупликативных слов в сленге английского языка. В рамках исследования структурных особенностей редупликативных слов в выделенных нами семантических группах был проведен анализ 114 английских редупликативных слов, представленных в словарях современного английского сленга *The Dictionary of Contemporary Slang* [3] и *The Dictionary of American Slang* [4]. В зависимости от семантических особенностей редупликативные слова в английском сленге были классифицированы на несколько групп: прозвище с негативной коннотацией; качество человека; действие человека; состояние человека; название предмета; тело человека; транспортное средство; процесс; местоположение человека; группа людей; наркотическое вещество; не относящиеся к чему-либо понятия. В зависимости от структурных особенностей редупликативные слова английского сленга были классифицированы на 4 группы: редупликация в середине слова, полная редупликация, редупликация в начале и в конце слова.

Структурно-семантический анализ редупликативных слов английского сленга показал, что соотношение структурных и семантических групп отличается. Наиболее многочисленную структурную группу, обозначающую прозвище (с негативной коннотацией), составляют слова с редупликацией в середине слова: *“fag-stag”*; *“kiddy-fiddler”*. Менее распространенными структурно-семантическими группами, обозначающими прозвища (с негативной коннотацией) являются слова с полной редупликацией: *“goody-goody”*; *“nana”* и редупликацией в конце слова: *“long ting”*; *“number-cruncher”*. Самой малочисленной структурно-семантической группой выявилась редупликация в начале слова: *“trailer-trash”*.

Наиболее многочисленную структурную группу обозначающую качество человека, реже предмета составляют слова с редупликацией в середине слова: *“artsy-fartsy”*; *“cocksucker”*. Следующую структурно-семантическую группу, обозначающую качества человека, реже предмета, составляет группа слов с полной редупликацией: *“kiki”*; *“lulu”*. Самыми малочисленными структурно-семантическими группами выявились слова с редупликацией в конце: *“peely-wally”* и редупликацией в начале слова: *“brown bread brow”*.

Самую многочисленную структурную группу со значением состояние человека составляют слова с редупликацией в середине слова: *“four-on-the-floor”*; *“willie-wellie”*. После была выделена группа слов с полной редупликацией: *“back-to-back with”*; *“mano-a-mano”*. Третьей структурной группой была выявлена редупликация в начале слова: *“heave-ho”*. В данной структурной группе слов с редупликацией в конце слова не было выявлено.

Наиболее многочисленную структурную группу, обозначающую действие человека, составляют слова с редупликацией в середине слова: *“hot shot”*; *“June-July”*. Следующую структурно-семантическую группу, обозначающую действие человека, составляет группа слов с полной редупликацией: *“blair blair”* и с редупликацией в начале слова: *“beat one’s boats”*. В данной структурной группе слов с редупликацией в конце слова не было выявлено.

Наиболее многочисленную структурную группу, обозначающую название предмета составляют слова с редупликацией в середине слова: *“nitty-gritty”*; *“underchunders”*. Следующую структурно-семантическую группу, обозначающую название предмета, составляет группа слов с полной редупликацией: *“bling-bling”* и редупликацией в конце слова: *“funny money”*. В данной структурной группе слов с редупликацией в начале слова не было выявлено.

Самую многочисленную структурную группу, связанную с телом человека, составляют слова с редупликацией в середине слова: *“rout-pout”*; *“ring-sting”*. Также в структурно-семантической группе, связанной с телом человека, была выявлена группа слов с редупликацией в начале слова: *“Chevy Chase”*. Слов с полной редупликацией и редупликацией в конце слова в данной семантической группе не было выявлено.

Единственную структурную группу обозначающую транспортное средство составляют слова с полной редупликацией: *“broom-broom”*; *“choo-choo”*. Структурно-семантические группы, связанные с телом человека, с редупликацией в начале слова, в конце слова и в середине слова в данной семантической группе не были выявлены.

Восьмая группа — понятия, обозначающие процесс. Наиболее многочисленную структурную группу составляют слова с редупликацией в середине слова: *“pan-handle”*; *“undie-grundie”*. Группы редупликативных слов, обозначающие процесс, с полной редупликацией, редупликацией в начале и в конце слова в данной семантической группе не были выявлены.

Девятая группа — включает слова, обозначающие местоположение человека или организацию. Наиболее многочисленную структурную группу составляют слова с полной редупликацией: *“la-la”*; *“Woop-woop”*. Структурно-семантические группы, связанные с обозначением места, с редупликацией в середине, в начале и в конце слова в данной семантической группе не были выявлены.

Десятая группа — слова, относящиеся к группе людей. Наиболее многочисленную структурную группу составляют слова с полной редупликацией: “*creature-features*”; “*group-grope*”. Структурные группы с редупликацией в середине, в начале и в конце слова в данной семантической группе не были выявлены.

Понятия, имеющие значение, связанное с наркотическим веществом, относятся к одиннадцатой группе. Наиболее многочисленную структурную группу составляют слова с редупликацией в середине слова: “*away-day*”; “*discobiscuits*”. Случаи с полной редупликацией, редупликацией в начале и в конце слова в данной семантической группе не были выявлены.

Следующей семантической группой является не относящиеся к чему-либо понятия, где наиболее проявленной структурной группой выступают слова с полной редупликацией: “*gee-gee*”; “*tuck-tuck*”. Другие структурные группы: с редупликацией в конце, начале и в середине слова в данной семантической группе не были выявлены.

Количественные результаты анализа структурных особенностей редупликативных слов в семантических группах в сленге английского языка представлены в таблице 1.

Т а б л и ц а 1 — Структурно-семантические особенности редупликативных слов в сленге английского языка

Семантическая группа	Структурные особенности			
	Полная редупликация	Редупликация в середине слова	Редупликация в начале слова	Редупликация в конце слова
Прозвище (с негативной коннотацией)	4	24	1	3
Качество человека	6	5	2	2
Состояние	4	7	1	—
Действие человека	1	8	1	—
Название предмета	1	5	—	1
Тело человека	—	4	2	—
Транспортное средство	4	—	—	—
Процесс	—	3	—	—
Местоположение человека/ организация	2	—	—	—
Группа людей	2	—	—	—
Наркотические вещества	—	—	2	—
Не относящиеся к чему-либо понятия	2	—	—	—
Итого:	114			

**Заключение.** По результатам структурного анализа внутри семантических групп английского языка наиболее многочисленной структурной группой является группа, обозначающая «прозвище (с негативной коннотацией)» с редупликацией в середине слова. Самой малочисленной структурной группой является редупликация в начале слова, что является отличительной особенностью английского языка.

#### Список цитируемых источников

1. Антрушина, Г. Б. Лексикология английского языка / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова. — М. : Дрофа, 2001. — 288 с.
2. Ярцева, В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь / В. Н. Ярцева. — М. : Советская энциклопедия, 1990. — 685 с.
3. Thorne, T. Dictionary of contemporary slang / T. Thorne. — L. : GraphyCems, 2005. — 513 p.
4. Barbara, A. K. Dictionary of American slang / A. K. Barbara, L. R. Chapman. — NY. : HarperCollins Publishers Inc, 2007. — 1115 p.

УДК 81

Ю. С. Скибинская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

## ЦВЕТ И ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

**Введение.** Цвет играет большую роль в жизни современного человека. Очень часто от него зависит настроение, эмоции или даже физическое самочувствие людей. По цвету одежды можно определить внутреннее состояние, характер и тип личности человека.

Один и тот же цвет в разных культурах может иметь абсолютно разное значение, иметь различную трактовку, порой совершенно противоположную. Цвет посылает сигналы, простые и сложные, на которые мы