

КУЛЬТУРНЫЕ РЕАЛИИ В АМЕРИКАНСКОМ СЛЕНГЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Введение. Все особенности жизни народа и его страны непременно находят отражение в языке этого народа. Поэтому можно утверждать, что язык являет собой некое отражение культуры какой-либо нации, несёт в себе национально-культурный код того или иного народа.

В нём встречаются слова, в значении которых может быть выделена особая часть, отражающая связь языка и культуры, и которая называется культурным компонентом семантики языковой единицы. К таким словам, прежде всего, относятся слова-реалии. Слова-реалии включены в состав любой социальной разновидности языка, в том числе и сленга [1, с. 27].

Реалии также являются компонентом фоновых знаний, необходимых для правильного понимания иноязычного текста. Недостаточное знание истории страны, важнейших исторических событий, её крупнейших политических и исторических деятелей приводит к непониманию сравнений, исторических ссылок и, в конечном итоге, к языковой некомпетенции.

Основная часть. Сленг — некодифицированный лексико-фразеологический пласт национального языка, включающий социально ограниченные языковые варианты и экспрессивные слова и выражения, вышедшие за пределы коммуникации узких социальных групп [2, с. 11].

Для того чтобы выявить состав культурем американского сленга, был произведён их качественно-количественный анализ. Для проведения исследования использовались словари американского сленга [3]. В результате сплошной выборки были выделены 252 лексические единицы общего американского сленга, которые являлись носителями культурно значимой информации.

Данные лексические единицы анализировались по четырём критериям: структурный анализ, семантический анализ, тематический анализ самих культурем, выявление метафорических моделей с культурными реалиями в их составе.

В соответствии с первым критерием было выявлено, что 77% отобранных лексических единиц являются именами существительными. На долю прилагательных пришлось 13%, глаголов — 10%. Наличие большого количества существительных говорит о том, что большинство культурем, вошедших в американский сленг, было заимствовано именно от названий брендов, имён, предметов быта и культурных традиций.

Отобранные культуремы образуют пять тематических групп:

- «Артефакты» (31%): *Benjamin(s)* ‘a one hundred dollar’; *Bob Hope* ‘cannabis, dope’;
- «Люди» (29%): *big enchilada* ‘an important or self-important person, the boss’; *bobby* ‘a policeman’; *grenade* ‘an unattractive female’;
- «Характеристики» (26%): *Huntley* ‘karma (personal destiny)’; *Oscar* ‘unrestrained, out of control, wild’;
- «Действия» (10%): *big-note* ‘to praise’; *diddle* ‘to cheat’;
- «Места» (4%): *Bean Town* ‘Boston, Massachusetts’; *Acapulco gold* ‘Marijuana of high quality’.

Таким образом, преобладающими тематическими группами являются «Артефакты», «Люди» и «Характеристики».

С точки зрения тематической отнесённости лексических единиц, являющихся культуремами в американском сленге, можно выделить следующие группы:

- «Известные люди» (33%): *Armstrong* ‘a high note’ (from Louis Armstrong, who was among the first to exploit the high register of the trumpet in jazz); *Michael Jackson* ‘an amount or quantity under ten’ (the reference was to the celebrity singer’s supposed attachments to young children);
- «Исторические факты» (18%): *blitzed* ‘very drunk or stoned’ (the usage ultimately derives from the German Blitz (lightning) and Krieg (war));
- «Брендовые наименования» (15%): *jubbly* ‘money, wealth’ (Jubbly was the trade name of an orange drink sold in a triangular carton);
- «Традиции и привычки» (15%): *apple-polisher* ‘a flatterer, someone who curries favour. The term comes from the image of the ingratiating pupil who polishes an apple carefully before presenting it to a teacher’;
- «Игры» (8%): *oddball* ‘(a person who is) eccentric, nonconformist or an outsider. The origin of the expression probably lies in pool playing or another sport’;
- «Территории» (6%): *Acapulco gold* ‘Marijuana of high quality grown near Acapulco, Mexico, and having leaves with a golden hue’;
- «Кино» (3%): *drill* ‘to shoot (usually to kill). A now dated Americanism adopted by crime and western movies and fiction’;

– «Библия» (2%): *jessie* ‘a weak or effeminate man. A Biblical reference to ‘a rod out of the stem of Jesse’, giving rise to jokes on the subject of masturbation, etc’.

Таким образом, лидирующей в количественном отношении оказалась группа «Известные люди». Источниками отождествления того или иного предмета с известными именами являются личности, вошедшие в историю как герои, выдающиеся деятели науки, литературы, искусства.

На следующем этапе исследования были выделены метафорические модели с культурными реалиями в их составе:

- «люди—люди» (21%): *Baldwin* ‘an attractive male’; *Bobby* ‘a policeman’;
- «брендовые наименования—люди» (18%): *blimp* ‘a fat person’;
- «исторические факты—люди» (15%): *Chernie* ‘a stupid person’; *dune-coon* ‘an Arab’;
- «люди—наркотики» (14%): *Bob Hope* ‘cannabis, dope’;
- «люди—деньги» (9%): *sheriff* ‘a fifty-pence coin’; *bernie* ‘the sum of £ 1 million’;
- «люди—части тела» (9%): *George Melly* ‘belly, paunch’;
- «брендовые наименования—одежда» (5%): *airs* ‘trainers’; *underdaks* ‘male underpants’;
- «брендовые наименования—наркотики» (5%): *Epsom salts* ‘the drug ecstasy’;
- «исторические факты—места» (4%): *Blighty* ‘Britain’; *Bean Town* ‘Boston, Massachusetts’.

Таким образом, самой многочисленной метафорической моделью явилась модель «люди—люди», что ещё раз подчёркивает антропоцентричность большинства субстандартных подсистем.

Заключение. В процессе работы были проведены структурный, семантический и тематический анализы лексических единиц американского сленга, отобранных из толковых словарей, выявлены метафорические модели с культурными реалиями в их составе.

Элементом научной новизны полученных результатов является материал новейших словарей американского сленга, а также выявленные метафорические модели с культурами в их составе.

В ходе исследования нами были отобраны лексические единицы общего американского сленга, которые являются носителями культурно значимой информации. Выявлено, что ведущими тематическими группами являются «Артефакты», «Люди», «Характеристики», «Действие», «Места». Лексические единицы, относящиеся к культурам, формируют несколько групп: «Известные люди», «Исторические факты», «Брендовые наименования», «Традиции и привычки», «Игры», «Территории», «Кино», «Библия». Проведённый анализ позволил выделить девять метафорических моделей с культурными реалиями в их составе: «брендовые наименования—люди», «брендовые наименования—одежда», «брендовые наименования—наркотики», «исторические факты—люди», «исторические факты—места», «люди—люди», «люди—деньги», «люди—наркотики», «люди—части тела».

Список цитируемых источников

1. Рубанова Е. В. Метафора в субстандарте : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Минск, 2005. 110 л.
2. Хомяков В. А. Структурно-семантические и социально-стилистические особенности английского экспрессивного просторечия. Вологда : Вологод. пед. ин-т, 1974. 104 с.
3. Flexner S. B. Listening to America: An Illustrated History of Words and Phrases from Our lovely and Splendid Past. New York : Simon & Schuster, 1982. 392 p. ; Kipfer B. A., Chapman R. L. Dictionary of American Slang. 4th ed. London : Harper Collins Publishers, 2007. 476 p. ; Thorne T. The Dictionary of Contemporary Slang. 3rd ed. London : A & C Black, 2005. 494 p.

УДК 81

К. А. Герман

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНО ОКРАШЕННОЙ ЛЕКСИКИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ СТИЛЕ

Введение. Публицистический стиль речи представляет собой функциональную разновидность литературного языка и широко применяется в различных сферах общественной жизни: газетах и журналах, телевидении и радио, публичных политических выступлениях, деятельности партий и общественных объединений.

На стилистику публицистической речи сильное влияние оказывает массовый характер коммуникации. Среди главных языковых особенностей публицистического стиля следует назвать принципиальную неоднородность стилистических средств, использование специальной терминологии и эмоционально окрашенной лексики, сочетание стандартных и экспрессивных средств языка, использование как абстрактной, так и конкретной лексики.