

*Рябокучма Т. О.,
старший викладач кафедри спеціальної мовної підготовки
військового гуманітарно-лінгвістичного факультету
Військового інституту
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

*Горбаченко А. Л.,
асистент кафедри іноземних мов
факультетів психології та соціології
Інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

СПОСОБИ УТВОРЕННЯ АМЕРИКАНСЬКИХ СЛЕНГОВИХ ІННОВАЦІЙ

Анотація. У статті досліджено проблематику, шляхи та моделі утворення інноваційних сленгових одиниць в американському варіанті англійської мови. У дослідженні визначено, що американські сленгові інновації – це нелітературні емоційно забарвлені новоутворені слова та словосполучення, що характеризуються наявністю значення, яке виникає в процесі видозмінення первинного значення однієї або декількох лексем і використовується зазвичай у розмовному мовленні. Метою праці є конкретизація явища американського сленгу, визначення та розгляд шляхів утворення сленгових інновацій американського варіанту англійської мови, а також дослідження їхніх особливостей.

У ході наукової розвідки було виявлено, що способи утворення сленгових інновацій є досить неоднорідними. До найефективніших із них належать метафоризація, розширення словникового значення, спеціалізація, словоскладання, афіксація, злиття та скорочення слів, літерні скорочення, сполучення односкладних дієслів або прикметників із прийменниками, зворотнє словотворення, конверсія, редуплікація, запозичення. Виявлено, що кожен зі згаданих способів утворення інноваційної сленгової лексики має власні характерні особливості. Наприклад, метафоризація часто супроводжується синонімічною атракцією; процес словоскладання пов'язаний із метафоричним пересмисленням; афіксація поєднується з яскраво вираженою образністю; конверсія зумовлена принципом мовної економії та використанням власних внутрішніх резервів тощо.

Результати дослідження засвідчили, що стилістичні пласти словникового складу американського варіанту англійської мови не мають чітких меж. Доведено, що в американському варіанті англійської мови досить розповсюдженим є явище, коли літературні словникові одиниці набувають ознак сленгізмів, а нелітературна емоційно забарвлена лексика все частіше зустрічається у публіцистичному та науковому стилях.

Інноваційні сленгові лексеми зазвичай утворюються способами, притаманними літературній мові, і в той же час мають свої специфічні особливості, які відображаються в окремих афіксах, редуплікації тощо. Визначено, що незалежно від способу творення, інноваційна сленгова лексема завжди характеризується особливим співвідношенням мовленнєвого значення та емоційного забарвлення.

Ключові слова: сленг, сленгові лексеми, сленгові інновації, емоційно забарвлена лексика, нелітературна лексика, словотворення.

Постановка проблеми. Сленг є важливим прошарком та невід'ємною частиною нормального функціонування будь-якої розвиненої мови світу. Його здатність до безперервного модифікування ускладнює дослідження у цій царині та зумовлює актуальність таких наукових розвідок. На сьогоднішній день існує нагальна необхідність комплексного аналізу сучасного вокабуляру інноваційних одиниць американського сленгу. Це стосується, по-перше, вивчення лексичного та фразеологічного складу американських сленгових лексем з точки зору функціонального значення нових сленгізмів, джерел, шляхів і механізмів їх утворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Американський сленг не є новою сферою дослідження серед науковців, а от проблематика аналізу способів утворення американських сленгових інновацій ще не набула достатнього висвітлення у сучасних філологічних розвідках. Дослідження лексичних одиниць такого типу досі залишалися поза основною увагою науковців. До числа дослідників, які торкаються проблеми утворення та функціонування американських сленгізмів, належать І.Р. Гальперін [1], В.В. Балабін [2], Г.А. Судзіловський [3], Н.І. Хайдарі, С.О. Мірошник [4], А. Кілгарріфф (Adam Kilgarriff) [5] та інші.

Мета праці полягає у конкретизації поняття американських сленгових інновацій, виявленні та аналізі основних способів утворення інноваційних американських сленгових лексем, а також визначенні специфічних особливостей сленгізмів, що знаходять відображення у їхніх моделях творення.

Виклад основного матеріалу. Питання утворення нових сленгізмів нерозривно пов'язане з проблемою наукового визначення цього лінгвістичного явища. Відсутність загальноприйнятого визначення сленгу призводить до появи досить різних, іноді навіть діаметрально протилежних, поглядів на питання сленгу [2, с. 24].

На думку І.Р. Гальперіна, говорити про склад сленгу за умов відсутності визначення сленгу як родового явища не зовсім коректно, тому що за таких умов можна підвести під «сленг» будь-які лексичні, морфологічні, синтаксичні та фонетичні риси розмовного мовлення, що суперечать загальноприйнятим нормам літературного вживання, включаючи різноманітні неправильності мовлення [1, с. 108]. У різних словниках, пише

І.Р. Гальперін, з поміткою «сленг» наводяться такі розряди слів і словосполучень:

1. Слова, які належать до злодійського жаргону.
2. Професіоналізми.
3. Розмовні слова (колоквіалізми).
4. Випадкові утворення (оказіоналізми).
5. Образні слова та вирази.
6. Контекстні значення слів, що виникли в результаті застосування окремих стилістичних прийомів (іронії, парафрази тощо).
7. Слова, утворені в результаті конверсії.
8. Абревіатури.
9. Звичайні слова та словосполучення літературної англійської мови, що іноді відносять до сленгу.
10. Діалектизми.

Природньо виникає питання: «А чи існує «сленг» взагалі як особливий прошарок у словниковому складі англійської мови?» [1, с. 109–112].

Способи утворення сленгізмів привертають значну увагу в плані розвитку мови, поповнення словникового складу сучасної англійської мови, особливо її американського варіанту [5, с. 20].

У межах дослідження автори визначили поняття **американських сленгових інновацій** як *нелітературних емоційно забарвлених новоутворених слів та словосполучень, що характеризуються наявністю значення, яке виникає в процесі видозмінення первинного значення однієї або декількох лексем і використовується зазвичай у розмовному мовленні*.

За своїм утворенням слова і фразеологізми сленгу є неоднорідними. Основну роль відіграє зміна значення слів загальнонародної лексики. При утворенні сленгізмів використовується багато тропів, що властиві розмовній мові. Одним із продуктивних процесів, що приводять до розширення складу сленгових слів і виразів, є **метафоризація**. Сленгізми, як-от *blue-stocking* – «жінка-вчений, яка втратила жіночність», *bosom chums* – «воші», *stuffed shirt* – «пихата нікчема» (про багату людину або ту, яка обіймає високу посаду), *rock* – «тінейджер, який захоплюється рок-н-ролом», *pickers* – «руки», *grit* – «твердість характеру», *bracelets* – «наручніки», є яскравими прикладами метафор [6, с. 46]. В якості прикладу можна навести численні метафоричні назви для голови: *attic*, *brain pan*, *hat-peg*, *nut*, *upper storey* тощо, для грошей: *ballast*, *balsam*, *sugar* [7]. Обидва ряди можна продовжити, оскільки ці поняття стоять у центрі синонімічної атракції. Під синонімічною атракцією автори розуміють накопичення синонімів для одного певного поняття. Це явище характерне саме для сленгу, де знаходимо великі синонімічні ряди зі значенням *groshi*, *дівчина* (особливо *цікава дівчина*), *алкогольні напої*, *бар*, *п'яний*, *красти*, *обманювати*, *франт* тощо. Різниця між цими синонімами стосується не їх значення, а має скоріше хронологічний характер. Оскільки вони є недовготривалими, то швидко застарівають і заміщують один одного. Саме тому одні з них сприймаються як нові, а інші – як застарілі [8, с. 269].

Сленгізми часто утворюються шляхом **розширення значення**, наприклад: *applesause* – «дурниця, нісенітниця»; *ban-bee* – «півпенні»; *bird* – «дівчина або хлопець»; *char* – «робота»; *doll* – «гарна дівчина або жінка»; *lift* – «красти» тощо.

Менш продуктивним, ніж розширення значення слова, у галузі сленгу, як і в стандартній мові, є **процес спеціалізації**.

Шляхом звуження значення по лінії спеціалізації з'явився сленгізм *the chair* – «електричний стілець» [6, с. 46].

Продуктивним у сленгу є також **словоскладання**, яке зазвичай поєднується з метафоричним переосмисленням: *backscratcher* – «підлабузник», *he-man* – «сильний чувак», *eye-wash* – «окозамилування», *lickspittle* – «підлабуза» [9, с. 79].

Роль **афіксації** є відносно невеликою, і цей спосіб завжди поєднується з яскраво вираженою образністю. Наприклад, «ніс» називається *smeller*, *sneezer*, *snorter* тощо [8, с. 269]. Афіксальне утворення слів відбувається не обов'язково за допомогою афіксів – те, що опиниться у момент мовлення під рукою, є найбільш вдалим матеріалом при утворенні сленгових слів. Таким чином з'явилося слово *zoomaty* («дуже швидко зростати, підскочити») на базі *zoom*, з суфіксом, за допомогою якого раніше утворилося *lickety-split* – «стрімко, блискавично», *bumpety-bump* («налетіти, збити») і *hippity-hop* («в'їхати, влетіти, ходити, похитуючи стегнами»), які так само, як і *zoomaty* мають відношення до швидкого руху.

Цікавою є поведінка суфікса *-ee* при утворенні слів американського сленгу [10, с. 21]. Раніше вважалося, що цей суфікс є особливо продуктивним саме в сленгу. Достатньо пригадати широкий список слів із цим суфіксом у Додатку до цього словника – такі слова, як *accidentee*, *adoptee*, *baby-sittee*, *barberee*, *bombee*, *datee*, etc [11, с. 599]. Однак матеріал останніх років не дає авторам достатньої кількості прикладів слів сленгу із суфіксом *-ee* [10, с. 21].

Суфікс *-er*, окрім свого звичайного агентивного значення, виявляється у сленгу носієм загального значення предметності: *a lifter* – «вирок на довічне ув'язнення» [8, с. 269].

Активно використовується у сучасному американському варіанті англійської мови морфема *-fest*, що була запозичена з німецької мови в середині XIX століття у складі лексичних одиниць *Sängerfest* і *Turnfest* [12, с. 161]. За допомогою цієї морфеми утворюються сленгізми і розмовні слова, що, як правило, відносяться до розряду іменника: *slugfest* – «зустріч боксерів на рингу, що проходить з великою кількістю сильних ударів»; *hitfest* – «бейсбольний матч зі значною кількістю попадань»; *smokefest* – «збори, на яких багато палять»; *songfest* – «зустріч, на якій учасники багато співають» тощо.

Еволюцію словникового складу англійської мови можна прослідкувати на прикладі утворення нових лексичних одиниць шляхом **злиття слів**. Можна навести наступні приклади: *gritch* – *grouchy female* – *grouch* + *witch* – «зла, сварлива жінка»; *scrummy* – *scrumptious* + *yummy* – «чудовий, прекрасний»; *fantabulous* – *fantastic* + *fabulous* – «розкішний». Дослідник американського військового сленгу Г.А. Судзіловський наводив такі приклади слів-злитків періоду Корейської і В'єтнамської воєн США: *Vieternan* – *Vietnam* + *veteran*; *Tsargeant* – *tsar* + *sergeant* [3, с. 21].

Сленгові інновації утворюються і шляхом **скорочення слів**, наприклад *dorm* від *dormitory*; *hash* від *hashish*; *hype* від *hypo*, яке в свою чергу є скороченням словосполучення *hypodermic needle*; *tach* від *tachometer*; *teach* від *teacher* [10, с. 22]. У загальнонародну лексику проникли *cab* – *cabriolet*; *bus* – *omnibus*; *biz* – *business*.

Поширеними також є жартівливі, часто навіть грубі **літерні скорочення**: *You'd better shut up P D Q* = *pretty damn quickly*; *on the QT* = *on the Quiet*; *D and D* = *drunk and disorderly*; *S O B* = *son of a bitch*, *O.K.* = *all correct* та його антонім *NBG* =

no bloody good. Цікавим за способом утворення є на сьогоднішній день вже застаріле скорочення, що позначає надземну дорогу в Нью-Йорку: *the Elevated Railway – the Elevated – the El – the L* [8, с. 270].

Широко використовуються сполучення односкладного дієслова або прикметника з прийменником, наприклад: *rip off* – «вкрасти»; *flip out* – «втрачати розум»; *freak out* – «попасти під вплив галюциногенних наркотиків»; *bum out* – «пригнічувати»; *burn on* – «вчитися» (*I have to go burn on Spanish*) [13, с. 11].

В той же час відбувається і зовсім протилежний процес – так зване зворотнє словотворення, при якому може опускається декілька складів у кінці слова, при цьому значення повної одиниці зберігається: *buzz* від *buzz off* – «зникнути, втекти»; *key* від *key up* – «збуджувати»; *cleaned* від *cleaned out* – «обчистити, обікрасти»; *shack* від *shack up* – «проводити ніч» тощо [7, с. 1159].

Мова людей за своєю природою є безмежною у своїх реальних та потенційних можливостях. Найбільш характерним способом словотворення у сучасній англійській мові, що володіє високою продуктивністю, є конверсія. У факті появи нових слів шляхом конверсії простежується принцип економії в мові, використання своїх внутрішніх резервів. Приклади сленгових інновацій, що утворені шляхом конверсії, підтверджують це положення: *to bust* – «арештовувати, проводити наліт», від *bust* – «полицейський наліт»; *to coop* – «спати під час вартування у патрульній машині», від *coop* – «схованка поліцейського»; *to frag* – «вбити або поранити», від *frag bomb* – «розривна бомба» тощо [7, с. 127].

Редуплікація, що є продуктивним способом словотворення американських сленгізмів, представлена численними прикладами: *yo-yo* – «дилетант»; *nitty-gritty* – «суть справи»; *super-duper* – «що-небудь велике, значне, перебільшене» тощо [10, с. 22–23].

Запозичення у сленгу зазвичай відрізняються значними змінами фонетичного складу і семантики: *hoax* – «містифікувати» від *hocus pocus*, *carouse* – «пийцяти» від німецького “*Gar aus!*” – «До дна!» [8, с. 270].

Розвиток і збагачення сленгу в США також відбувається за рахунок інших джерел мови (мова іммігрантів, наркоманів, армійська мова, мова злочинного світу, мова моряків, музикантів та шанувальників джазової та ультрасучасної музики, мова представників фінансово-ділових кіл, мова студентів коледжів та університетів, мова школярів і «тінейджерів», артистів і працівників шоу-бізнесу, гравців у бейсбол, спортсменів і вболівальників, мова хіпі).

Висновки. Як виявилось у ході дослідження, на сьогоднішній день не існує чітко окреслених кордонів між стилістичними пластами словникового складу англійської мови. В американському варіанті англійської мови досить розповсюдженим є явище, коли літературні словникові одиниці набувають ознак сленгізмів (зазвичай із жартівливим забарвленням), а нелітературна емоційно забарвлена лексика все частіше потрапляє у журнальні статті і в наукові книги, виконуючи при цьому певне стилістичне завдання.

Результати аналізу сленгових інновацій засвідчують, що сленгові лексеми утворюються за моделями і з використанням способів, характерних для літературної мови і в той же час мають свої специфічні особливості, які відображаються в окремих афіксах, редуплікації та інших моментах. Яким би

способом не було утворено інноваційну сленгову одиницю, вона завжди характеризується особливим співвідношенням мовленнєвого значення та емоційного забарвлення. Разом з тим, сленгові лексеми, виникаючи в усному мовленні, широко використовуються в мові і є показником еволюції словникового складу сучасного американського варіанту англійської мови.

Література:

1. Гальперин И.П. О термине «сленг». *Вопросы языкознания*. 1956. № 6. С. 107–114.
2. Балабін В.В. Сленг у сучасній лінгвістиці: огляд літератури, присвяченої проблемам сленгу. Київ : Військ. ін-т Київського нац. ун-ту ім. Т.Г. Шевченка, 2001. 62 с.
3. Судзиловский Г.А. Сленг – что это такое? Английская просторечная военная лексика. Москва : Воениздат, 1973. 181 с.
4. Khaidari N., Miroshnyk S. Types and Methods of Translation of Polysemantic Lexical Units of American Slang. *Österreichisches Multiscience Journal*. 2019. Vol. 1. № 16. Pp. 22–26.
5. Kilgarriff A. Generative Lexicon Meets Corpus Data: The Case of Non-Standard Word Uses. Brighton : University of Brighton, 2001. 215 p.
6. Миллер А.А. Основные пути формирования лексики сленга. *Иностранный язык*. Вып. 6. 1971. С. 205–209.
7. Англо-український словник американських сленгізмів : веб-сайт. URL: http://uk.shram.kiev.ua/lib2/american_slang.shtml (дата звернення: 10.10.2019).
8. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. Москва : Высшая школа, 1986. 295 с.
9. Словник сучасного українського сленгу / упорядник: Т.М. Кондратюк. Харків : Фоліо, 2006. 350 с.
10. Fishman J.A. The Sociology of Language. Readings in the Sociology of Language. The Hague : Mouton, 1972. 250 p.
11. Англо-український фразеологічний словник : веб-сайт. URL: <http://gray380.wordpress.com/category/сленг/> (дата звернення: 10.10.2019).
12. Marchand H. The Categories and Types of Present-Day English Word-Formation. Wiesbaden : Otto Harrassowitz, 1960. 250 p.
13. Spears Richard A. Hip and hot: A dictionary of 10,000 American slang expressions. New York : Gramercy Books, 1998. 555 p.
14. Крупнов В.Н. В творческой лаборатории переводчика. Очерки по профессиональному переводу. Москва : Изд-во Международные отношения, 1976. 192 с.

Riabokuchma T., Horbachenko A. Ways of formation of American slang innovations

Summary. The article deals with the issues, ways and models of formation of innovative slang units in American English. The study found that American slang innovations are non-literary emotionally colored newly formed words and phrases characterized by the presence of meaning that occurs in the process of altering the primary meaning of one or more lexical units and is commonly used in spoken language. The purpose of the paper is to specify the phenomenon of American slang, to identify and consider ways of formation of slang innovations of American English as well as to study their peculiarities.

In the course of scientific study it has been found that the ways of forming slang innovations are rather heterogeneous. The most common ones are the following: metaphorization, expansion of vocabulary meaning, specialization, stem-composition, affixation, compounding, word reduction, abbreviations, conjugation of monosyllabic verbs or adjectives with prepositions, reverse word formation, conversion, reduplication, borrowing. It is

revealed that each of the mentioned ways of formation of innovative slang vocabulary has its own peculiar features. For example, metaphorization is often accompanied by synonymous attraction; the process of stem-composition is associated with metaphorical change of meaning; affixation is combined with clear imagery; conversion is driven by the principle of language economy and the use of its own internal reserves, etc.

The results of the study showed that the stylistic layers of the vocabulary of American English have no clear boundaries. It has been proved that American English features the phenomenon when literary lexical units acquire signs

of slangisms and, conversely, non-literary emotionally colored vocabulary appears in the nonfiction and scientific styles.

Innovative slang lexical units are usually formed in ways that are inherent in literary language, and at the same time they have their own specific features that are reflected in individual affixes, reduplication, etc. It is determined that, regardless of the method of creation, innovative slang lexical units are characterized by a special correlation of speech meaning and emotional coloring.

Key words: slang, slang lexical units, slang innovations, emotionally colored vocabulary, non-literary vocabulary, word formation.