

Семегин Т. С.,

Кременецький обласний гуманітарно-педагогічний інститут, м. Кременець

## МЕЛІОРАТИВНА ЕСТЕТИЧНА ОЦІНКА ЛЮДИНИ КРІЗЬ ПРИЗМУ СЛЕНГУ

*У статті розглянуто шляхи семантичного розвитку сленгізмів для позначення меліоративної естетичної оцінки людини.*

**Ключові слова:** сленг, афіксація, метафора, метонімія, аббревіація.

*В статье рассмотрены пути семантического развития сленгизмов для обозначения мелiorативной эстетической оценки человека.*

**Ключевые слова:** сленг, аффиксация, метафора, метонимия, аббревиация.

*The article deals with the ways of semantic development of slang words which express meliorative aesthetic evaluation of person.*

**Key words:** slang, affixation, metaphor, metonymy, abbreviation.

### Постановка проблеми у загальному вигляді, її актуальність та зв'язок із науковими завданнями.

Одним із аспектів вивчення соціальної стратифікації мови виступає лексика обмеженого стилістичного використання / вузького стилістичного призначення або ж субстандартна лексика, що часто залишається на окраїні досліджень через суперечність поглядів на даний мовно-культурний феномен дійсності серед науковців.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Даний шар лексики хоча і належить до периферії словникового складу мови з точки зору його вживання, однак із погляду своєї експресивності, образності, новизни та оригінальності займає провідне становище з-поміж одиниць мови. Загалом діахронічний аналіз даної проблематики засвідчує, що “мовний процес кінця ХХ – початку ХХІ ст. характеризується посиленням ролі неформальних, нелітературних елементів у мовленні” [9, с. 4], а 90-і роки ХХ ст. датують як “початок “буму” у виченні жаргонного субстандарту, знижених стилів мови, зумовлених вибухом цивільних і мовних свобод” [3, с. 3]. За спостереженнями Ю. А. Зацного, сьгодні тенденція до демократизації властива навіть британській літературній нормі, а орієнтація на “розмовність” стала характерною у певній мірі для британської якісної преси [2, с. 210].

Переосмислення і переоцінка ролі субстандартної лексики загалом та сленгової лексики в мовотворчому процесі зокрема створює передумови для вивчення живого мовлення у його природному “не прикрашеному” вияві. У працях зарубіжних (Т. Gehrman, Е. Mattiello) і вітчизняних (Ю. А. Зацний, Т. М. Кондратюк) дослідників сленг розглядається не як маргінальне, а основне лінгвістичне явище, що через свою високу продуктивність демонструє шляхи розвитку мови у майбутньому, еволюції граматичної системи та є першоосною в осмисленні складності англійського вокабуляру [6, с. 3; 7, с. 241]. Крім того, взаємодія сленгу, жаргонів з мовним “стандартом” веде до активізації прогресивних словотворчих тенденцій [1, с. 227]. Саме сленговий пласт лексики нерідко стає джерелом поповнення та збагачення як розмовної мови, так і національного стандарту, виконуючи при цьому функцію внутрішнього ресурсу. Як слушно зауважує Т. М. Кондратюк, у мові повинно бути все: від літературного ядра до крайнього розмовного маргінесу. Інакше рух мови виключно до ядра призведе до її згортання [9, с. 6]. Таким чином, вивчення тенденцій словотворення, слововживання та прагматичного ефекту сленгізмів створює передумови для розкриття соціостилістичного різноманіття мови.

Серед численних дефініцій терміна “сленг”, а також його “родичів” у тріаді “жаргон-арго-сленг”, найкоректнішим видається визначення сленгу як “конотативно-забарвленої лексики та фразеології, яка вийшла за межі певних соціальних груп, має, фактично, загальномовний характер, широко використовується в розмовній мові, але не вважається стандартною, літературною” [1, с. 214]. Вище запропоноване трактування сленгу відображає сутнісні ознаки даного мовно-культурного феномена:

- 1) конотація як ознака семантики;
- 2) загальномовність як риса поширеності;
- 3) частотність як ознака функціонування;
- 4) субстандартність як риса некодифікованості.

Зовнішність людини належить до тих сфер дійсності, що часто стає об'єктом вербалізації у слензі. При цьому завданнями розвідки виступають дослідження 1) шляхів семантичного розвитку сленгізмів; 2) кореляції гендерних чинників у процесі номінації меліоративної естетичної оцінки людини.

**Наукові результати.** Для сленгізмів, що виражають меліоративну естетичну оцінку, типова відсутність родових лексем із загальною семантикою “прекрасний” і їх орієнтація на сферу зовнішності людини, зокрема жінки. Якщо стандартна лексика англійської мови з семантикою меліоративної естетичної оцінки здебільшого характеризується синкретичністю зовнішніх і внутрішніх якостей людини, то сленгізми спрямовані на експлікацію виключно зовнішніх рис. Це передусім пов'язано із специфікою сленгу, його онтологічною відмінністю: здійснювати номінацію конкретних явищ, понять, шляхом віддзеркалення зовнішніх властивостей предметів із метою емоційної оцінки, що позбавлена шаблонності та патетичності. Якщо у семантичній структурі сленгізмів наявні семи, що виражають внутрішню оцінку, то вони, як правило, є пейоративно маркованими.

Естетична оцінка жінки є яскраво представленою у слензі як в кількісному, так і якісному вимірі. Аналіз сленгізмів у лексикографічних джерелах [8-14] дозволив виокремити певні особливості у словотворенні та функціонуванні сленгізмів. Характерною ознакою сленгової лексики на позначення меліоративної естетичної

оцінки є домінування прикметникових форм, що містять поряд із естетичною оцінкою ряд інших семантичних ознак, уточнюючих значення лексем.

По-перше, сленгізми для здійснення меліоративної естетичної оцінки часто фіксують у свої семантичній структурі поряд із естетичною оцінкою ще й інтелектуальну, що зазвичай є пейоративною. У лексикографічних джерелах зареєстровано чимало лексем наступного зразка: *doll* ("a pretty girl or woman of little intelligence"), *all tits and teeth* ("attractive but stupid woman"). Творення сленгізмів відбувається переважно на основі метафоричного (*doll*) чи метонімічного (*all tits and teeth*) перенесення смислу слів чи фраз. За аналогією до лексеми *bimbo* ("attractive but silly, empty-headed young woman"), була створена лексема *himbo* ("a stupid, attractive man"): **JY1 1174** *I want to be taken seriously, which makes it galling that when I've got a brain, certain types of men try to treat me like some empty-headed bimbo who...*

По-друге, ряд сленгізмів містять у семантичній структурі у якості уточнюючої ознаки сему 'сексуально привабливий': *babelicious* ("extremely sexy and attractive"), *bad kitty* ("an evil young woman with conspicuous sex appeal"), *beddable*, *bootylicious*, *foxy* ("sexually attractive"), *bedworthy*, *bit of stuff*, *phat*, *tail* ("sexually attractive woman"), *sexpot* ("person, especially a young woman, considered as being sexually attractive"). Семантична ознака 'сексуально привабливий' зареєстрована не лише у сленгізмах, але й у лексемах, які сьогодні переходять або вже належать до загальнорозмовного (*cute*, *foxy*, *tasty*) та стандартного пласту (*fanciable*), що підтверджує тезу про мобільність лексики.

Формування сленгізмів цієї підгрупи відбувається різними шляхами: за допомогою метонімії (*tail*), розширення значення у напрямі від розумного, хитрого до привабливого (*cute*, *foxy*), метафори (*bad kitty*, *sexpot*). Деякі лексеми відзначаються активністю функціонування, вступаючи в різні словосполучення (*cotton tail*, *whistling tail*) або виступаючи твірними основами (*bed* + суфікс *able* → *beddable*; *bed* + *worthy* у якості словотвірного форманта → *bedworthy*): **ESF 854** *To me she was just a brain, a scientific machine in a bedworthy body.*

По-третє, окремі сленгізми містять додаткові семантичні ознаки, які вказують на вік людини: *twinkie* ("a young attractive girl"), *yummy mummyan* ("an attractive older woman"), *pebbles* ("an under-aged, attractive, promiscuous female").

За способом творення сленгізми диференціюються також на декілька підгруп. Найчисельнішою при цьому є група сленгізмів, що виникають на основі метафори.

**Гастрономія** – одна з найпродуктивніших сфер для сленгізмів, що описують зовнішність: *cherry* ("new, fresh, attractive"), *cake* ("sexually attractive woman"), *cupcake* ("cute and attractive woman"), *burger* ("an attractive person").

Не менш активною є **аніمالістична** метафора, оскільки значна кількість сленгізмів створена на базі метафоричного перенесення смислу слів, які позначають тваринний світ: *bird* ("a female, usually attractive"), *spunk rat* ("attractive young person"), *chick* ("girl, especially an attractive one"): **KPD 262** *You're still the slim chick I knew in nineteen seventy four.*

Слід зауважити, що власне така метафора виявилася найпродуктивнішою у процесі творення пейоративних сленгізмів: англ. *trout*, *swamp donkey* ("unattractive woman"); укр. *крокодил*, *алігатор*, *кляча*, *ящірка*, *гриф*.

Естетична оцінка у сленгізмах виникає у результаті перехрещення із **грошовою** тематикою: *dime* ("a very attractive person; a perfect ten"), *Benjamin* ("an attractive person"). Виникнення першого сленгізма пов'язане з ціннісною шкалою, що представлена полюсами від одного до десяти. Оцінка десять передбачає найвищий ступінь виявлення ознаки, тому приваблива людина асоціюється із монетою, номіналом у десять центів. Друга ж лексема також функціонує у слензі із значеннями "гроші", "рахунок на 100 доларів" або ж "особа, що виглядає на сто доларів".

У проаналізованому матеріалі зафіксовано також **артефактну метафору**: *box*, *rasp* ("an attractive female"), **антропоніму метафору**: *babe* ("an attractive woman"); *booth babe* ("an attractive female hired to represent companies at trade fairs").

Іншим способом словотворення є **деонімізація** (*Betty*, *decent Rita* – "an attractive female"; *karena* – "a pretty girl"), **аббревіація** (*hot ma* – "an attractive female", *ma* – "pretty, cute or hot girl", *BBW* – "big beautiful woman"), **префіксації** (*millihelen* – префікс *milli-* + Helen of Troy). Творення останнього сленгізма відбувається за допомогою префікса *milli-*, що зазвичай використовується для позначення метричних одиниць зі значенням  $10^{-3}$  і алюзії на міфологічну особу – Олену Троянську. Крістофер Марло описав обличчя Олени Троянської як таке, що спустило на воду тисячу кораблів. Таким чином *millihelen* – це мірка жіночої краси.

В українському слензі також зареєстровані лексеми, що виникли шляхом **деонімізації** (*пенелона*, *голівуд*, *мальвіна*) та **гастрономічної метафори** (*морковка*).

Ціннісна оцінка зовнішності людини стосується переважно жіночої статі, однак інколи об'єктом оцінювання стає і чоловік. Дана несиметричність гендерного маркування простежується не тільки в сленговій лексиці, але і в інших різновидах, що зумовлено різним функціональним призначенням краси: споглядальна функція для чоловіка та носій ознаки для жінки. Ще Цицерон здійснив диференціацію краси на два різновиди – чоловічу й жіночу, або гідність і вроду [4, с. 129]. Отже, в образі чоловіка краса не відіграє першочергове значення. Разом з тим саме сильна половина людства виступає основним генератором сленгізмів, створюючи їх під час споглядання та експресивної оцінки зовнішності жінок.

Основними видами словотворення сленгізмів для позначення чоловічої естетичної оцінки є **деонімізація** (*Adonis*, *Baldwin*, *Clydesdale* – "an attractive male", *Harrison* – "an older attractive man") та **аббревіація** (*GQ* – "a man that is dressed well, attractive and well off"; від назви журналу *Gentlemen's Quarterly*). Серед власних назв, що переходять до рангу загальних, є відомі актори (*Baldwin*, *Harrison*), міфологічні персонажі (*Adonis*) та назва породи коней (*Clydesdale*): **H94 1384** *If the girls in the village ever knew she'd spent the night with an Adonis, they'd tease her unmercifully!*

В окремих випадках семантична структура сленгізмів не містить гендерних маркерів і виражає позитивну оцінку безвідносно до якоїсь статі: *babe magnet* (“an attractive man, woman”), *beezer* (“excellent, very attractive”), *dish* (“attractive man or woman”), *snack* (“attractive female or male”), *stunner* (“very attractive, delightful person or thing”), *talent* (“attractive person”), *yummy* (“attractive”): *CDJ 35 This blond-haired, blue-eyes, six-foot stunner has just signed an exclusive megga contract with Revlon cosmetics.* Основним способом словотвору виступає у даному випадку метафора, зокрема **гастрономічна**: *dish, snack.*

**Висновки та перспективи подальших розвідок.** Висока кількісна представленість та широке якісне розмаїття у способах творення і семантиці сленгізмів на позначення меліоративної естетичної оцінки підтверджує актуальність даного мовно-культурного явища. Чітко домінують сленгізми, що стосуються жіночої зовнішності або виражають оцінку безвідносно до якоїсь статі, що є свідченням диспропорції у кореляції гендерних чинників. Серед проаналізованого мовного матеріалу переважає лексико-семантичне словотворення, зокрема метафора, метонімія та деонімізація. З-поміж морфологічних способів словотвору зареєстровано афіксацію та абрєвіацію, що демонструє звичні, традиційно встановлені шляхи семантичного розвитку сленгізмів.

#### Література:

1. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови / Юрій Антонович Зацний. – Запоріжжя : Запорізький державний університет. – 1998. – 431 с.
2. Зацний Ю. Сучасний англійський світ і збагачення словникового складу / Юрій Зацний. – Львів : ПАІС, 2007. – 228 с.
3. Мартос С. А. Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 “українська мова” / С. А. Мартос. – Луганськ, 2006. – 20 с.
4. Татаркевич В. Історія шести понять : Прекрасне. Форма. Творчість. Відтворництво. Естетичне переживання / Владислав Татаркевич ; [Пер. з пол. В. Корнієнко]. – К. : Юніверс, 2001. – 368 с.
5. Coleman J. The life of slang / Julia Coleman. – N.Y. : Oxford University Press, 2012. – 354 p.
6. Gehrman T. Slang and lexical language change – an ad hoc corpus analysis [seminar paper] / Timm Gehrman. – München : GRIN Verlag, 2007. – 48 p.
7. Mattiello E. An Introduction to English Slang : A Description of its Morphology, Semantics and Sociology / Elisa Mattiello. – Volume 2. – Italy : Polimetrica publisher. – (English Library : the Linguistics Bookshelf).

#### Лексикографічні джерела:

8. Ставицька Л. Український жаргон [Словник] / Леся Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 496 с.
9. Словник сучасного українського сленгу / упоряд. Т. М. Кондратюк – Харків : Фоліо, 2006. – 350 с.
10. Dictionary of American Slang / В. А. Kipfer, R. L. Chapman [4th ed.]. – N.Y. : Harper Collins Publishers, 2007. – 1114 p.
11. The Oxford dictionary of slang / J. Ayto. – New York : Oxford University Press, 1999. – 474 p.
12. The Probert encyclopaedia of slang. – UK : The Probert Encyclopaedia. – 2004. – 1191 p.
13. British National Corpus (BNC). – [Електронний ресурс – 2012]. – Режим доступу : <http://www.natcorp.ox.ac.uk/>
14. Online slang dictionary. – [Електронний ресурс – 2012]. – Режим доступу до словника : <http://onlineslangdictionary.com>