

П12 – Wenn du Hunger hasst [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://yandex.by/images/search?text=deutsche%20werbung&stypе=image&lr=157&source=wiz>. – Дата доступа : 13.08.20.

П13 – Любовь с первой ложки [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://yandex.by/search/?lr=157&text=любовь%20с%20ложки&src=suggest_B. – Дата доступа : 13.08.20.

П14 – Raffaello. Твое признание в любви // Фото упаковки.

П15 – Coca-Cola откройся счастью! [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://yandex.by/search/?lr=157&text=Coca-Cola%20откройся%20счастью!> – Дата доступа : 14.08.20.

П16 – Kinder СЮРПРИЗ всегда дарит радость // Фото упаковки.

П17 – МОМО любит тебя // Наружная реклама.

П18 – Ich ♥ Deutschland [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.lawsupport.de. – Дата доступа : 22.08.20.

П19 – Я ♥ Беларусь // Наружная реклама.

The article deals with the representation of positive emotions in Russian and German advertising texts. The main ways of appealing to these emotions are revealed. Verbal and non-verbal means of conveying such emotions are described.

Поступила в редакцию 07.09.2020

Е. В. Рубанова

СОЦИАЛЬНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ОБЩЕГО СЛЕНГА (на материале результатов анкетирования)

В статье анализируются социалингвистические особенности употребления единиц английского общего сленга. Результаты проведенного анкетирования позволяют установить корреляцию между выбором единиц общего сленга в ситуациях различной степени формальности и их характеристиками (степень известности сленгизма, связь с первоисточником, время возникновения, тематическая отнесенность и др.).

Как писал Э. Партридж, создатель оригинальной концепции лексического англоязычного просторечия и составитель фундаментальных словарей этого просторечия, «сленг довольно легко использовать, но очень трудно описывать ...» [1, р. 1]. Дефиниции современных словарей на английском языке по-разному преподносят данное языковое явление. Характеристики сленга могут быть представлены в одном определении, например, «тип языка, состоящий из слов и фраз, которые рассматриваются как очень неформальные, более распространены в речи, чем на письме, и обычно ограничиваются определенным контекстом или группой людей» [2]. Однако чаще неоднородность сленга заставляет лексикографов представлять ее в виде разных значений трактуемого термина:

СЛЕНГ:

1. язык, свойственный конкретной группе, например,

а. АРГО

б. ЖАРГОН значение 1

2. неформальный нестандартный словарный запас, состоящий, как правило, из новых слов, произвольно измененных слов и экстравагантных, аффектированных или шутливых фигур речи [3].

Таким образом, признается деление сленга на общий и специальный.

В целом в состав английского сленга принято включать три основных пласта:

1) устаревшую специальную лексику и идиомы как у преступников и бродяг, целью которых было замаскировать от посторонних смысл сказанного: сейчас эту лексику обычно называют термином *cant*;

2) специальную лексику и идиомы тех, кто объединен одной работой, образом жизни и т.д.: сейчас этот пласт обычно называется *shoptalk*, *argot*, *jargon*;

3) весьма неформальную речь, выходящую за рамки обычного или стандартного употребления и состоящую как из придуманных слов и фраз, так и из новых или расширенных значений, возникающих у конвенциональных единиц [4].

В данной статье рассматривается тот пласт английского сленга, который не ограничен социальными рамками, или, как пишет А. Д. Швейцер, теми или иными компонентами социальной структуры, и включает переменные, отражающие не социальную, а ситуативно-стилистическую вариативность языка [5, с. 178]. Цель статьи – выявить, каким образом носители английского языка оценивают уместность использования этих переменных, и установить корреляцию между выбором единиц общего сленга в ситуациях различной степени формальности и их характеристиками (степень известности сленгизма, связь с первоисточником, время возникновения, тематическая отнесенность и др.).

Для достижения поставленной цели было проведено анкетирование, в котором приняли участие 35 англичан (мужчин и женщин разных профессий в возрасте от 22 до 66 лет с разным уровнем образования), проживающих в центральной части Англии, в графстве Дербишир. В анкете следовало указать пол, возраст, образование и профессию и заполнить таблицу, ответив на три вопроса.

1. Знаете ли вы значение слов слева? (сленгизмы были представлены в первом левом столбце анкеты).

2. Используете ли вы эти слова в каждодневной речи в общении с членами семьи и друзьями?

3. Используете ли вы эти слова в ситуациях официального общения, на рабочем месте?

Если ответ положительный, в соответствующей ячейке следовало поставить «+», при отрицательном – поставить «-».

Рассмотрим результаты проведенного анкетирования.

В первую очередь проанализируем предложенные сленгизмы по степени известности носителям языка. Все сленгизмы (41 единица) были отобраны из словаря «A Dictionary of English Slang and Colloquialisms» Т. Дакворта (Ted Duckworth) [6]. Данный ресурс был создан в 1996 г. и на протяжении всего времени совершенствовался и обновлялся, позиционируясь как «A monster online slang dictionary of the rich colourful language we call slang... all from a British perspective, with new slang added every month» [6]. Словарь подходит для отбора материала, так как содержащийся в нем сленг рассматривается с позиции британцев.

В перечень сленгизмов вошли единицы, которые по форме совпадают с зоонимами (наименованиями животных) либо в их состав входит зооним. Как известно, наименования животных обладают богатым семантическим потенциалом и активно переосмысляются как в литературном языке, так и в субстандарте [7]. Среди сленгизмов представлены отдельные существительные (*bird, chicken*) и прилагательные (*bug-eyed, crabby*), устойчивые сочетания (*fit as a butcher's dog, go ape, stone the crows!*).

В табл. 1 приводится перечень сленгизмов и их значений, а также данные о количестве респондентов, которые ответили на первый вопрос анкеты положительно.

Т а б л и ц а 1

Количественные данные об усвоении сленгизмов респондентами

№ п/п	Сленгизм	Значение сленгизма	Количество человек
1	kite	A person who passes dud or stolen cheques	1
2	skunk 2	2. A person from Newcastle-upon-Tyne, and more particularly a supporter of Newcastle football club	2
3	dust bunnies	Clumps of dust, usually found on the floor on the periphery of a room or under furniture	3
4	prawn	A small, feeble and generally objectionable person	3
5	chicken 1	An attractive young male	4
6	Pig's ear 1	Beer	6
7	bunny hugger	An animal lover	7
8	skunk 1	A popular type of very strong marijuana	8
9	tyke 1	A person from Yorkshire, England	10
10	bear	A large hairy male	12
11	monkey	£ 500	13
12	donkey	Something that doesn't come up to your expectations	15
13	hog	A powerful high handlebarred motorbike	15

14	mullet	A style of haircut, shorter at the top and considerably longer at the sides and back	16
15	bug-eyed	Having large bulbous eyes	18
16	pig 4	A difficult or unpleasant situation or task	22
17	tyke 2	A mischievous person, used in good humour	22
18	trout	An unattractive woman	23
19	dog's breakfast	A mess	24
20	mare	A woman	24
21	rattled	Drunk	27
22	stone the crows!	An exclamation of surprise	30
23	gander	A look	31
24	dog and bone	Telephone	32
25	pig 1	A policeman/woman	32
26	pig 3	A slob, an unpleasant dirty person	32
27	pig's ear 2	A mess, a disaster	32
28	scaredy-cat	A person who is frightened	32
29	cold turkey	Withdrawal from addictive drugs and the consequential pains and discomfort	33
30	coon	A black person	33
31	fit as a butcher's dog	Very healthy and strong	33
32	happy bunny	A contented person	33
33	pig 2	A glutton, a greedy person	33
34	chicken 2	A game of courage in which competitors dare one another to complete a given task	34
35	sick as a parrot	Depressed, upset, very disappointed	34
36	bee's knees	The best	35
37	bird	A female	35
38	crabby	Moody or short tempered	35
39	go ape	Become angry, furious	35
40	look like something the cat brought in	Said of a person who looks scruffy or in a mess	35
41	ram-raid	The use of a vehicle to smash into a property so as to steal the goods	35

Как следует из данных табл. 1, сленгизмы под номерами 1–8 знают не более 8 из 35 человек (менее 23 % респондентов). Сленгизмы под номерами 9–15 известны большому проценту анкетированных (от 28,5 до 51 %). Более 60 % англичан знают единицы под номерами 16–22. Сленгизмы 23–41 известны более 80 % респондентов. Таким образом, полученные количественные данные говорят о разной степени усвоения сленговой лексики носителями английского языка.

Рассмотрим подробнее сленгизмы, наиболее и наименее известные анкетированным. Среди наименее известных на первом месте находится сленгизм *kyle*, обозначающий человека, который использует поддельные или украденные чеки. Значение этого сленгизма известно лишь одному респонденту – банковскому работнику, который не только знаком с этим обозначением, но и применяет его в работе. В данном случае очевидна связь с социальной принадлежностью анкетированного. Среди иных малоизвестных сленгизмов отмечаются и другие единицы, первоначально используемые в узких социальных кругах (например, *chicken* в значении ‘молодой привлекательный мужчина’ преимущественно употребляется в кругу сексуального меньшинства, *skunk* – для обозначения разновидности марихуаны в среде наркоманов). К сленгизмам, изначально территориально ограниченными, относятся *pig's ear* (возник как рифмованный сленгизм лондонского диалекта кокни), *prawn* (по данным Дж. Грина, восходит к австралийскому сленгу [8]). Возможно, значение сленгизма *skunk* ‘житель Ньюкасла-апон-Тайн, а также болельщик за местную команду’ известно только восьми респондентам в связи с территориальной удаленностью данного города от Дерби. В целом можно утверждать, что малоизвестные сленгизмы составляют периферию сленга. Как показывают результаты анкетирования, сюда относятся те сленгизмы, которые, по-видимому, еще не утратили связь с первоначальным источником возникновения. Кроме того, в группу малоизвестных сленгизмов входят *dust bunnies* и *bunny hugger*, которым в других словарях, в частности в словаре Дж. Грина [8], даются иные значения (‘a user of phencyclidine’ и ‘an environmentalist, esp. an anti-blood sport campaigner’ соответственно). В подобных случаях можно говорить о нестойкости отражения сленгизмов в лексикографической традиции.

К наиболее известным сленгизмам, на знание которых указали все 35 респондентов, относятся *bee's knees*, *bird*, *crabby*, *go ape*, *look like something the cat brought in*, *ram-raid*. Сленгизм *bee's knees* в значении ‘the best’ берет начало в сленге флэпперов, эмансипированных девушек 1920-х годов [8]. Интересно, что данный сленгизм существовал еще до 1797, но использовался в противоположном значении для описания чего-либо незначительного [9], что свидетельствует об энантиосемии в семантической структуре сленгизма. Сленгизм *crabby* также возник во второй половине XVIII века, правда, изначально использовался в американском варианте английского языка в форме *crabbed* [9]. *Go ape* также появился в амери-

канском варианте, но сравнительно недавно – в 1950-х годах. Его появление связывают с использованием в языке военных [9]. Самым недавним по времени возникновением из перечисленных примеров является сленгизм *ram-raid*, зафиксированный в конце XX века [8], а самую долгую историю существования имеет сленгизм *bird*, который изначально (с 1300 г.) не входил в состав сленга до 1900 г. в данном значении [8]. Таким образом, можно сделать вывод, что в сознании носителя языка сохраняются сленгизмы, возникшие как столетия назад, так и недавно.

Проанализировав перечень сленгизмов по степени их известности, перейдем к оценке их использования в речи. Анализ реакций на второй вопрос анкеты показывает, что ни один из указанных сленгизмов не употребляется всеми респондентами. Максимальный процент положительных ответов на второй вопрос составил 74,3 (26 из 35 человек). 10 сленгизмов из списка являются наиболее популярными (более 50 % анкетированных допускают их использование). Это сленгизмы *gander*, *fit as a butcher's dog*, *pig 3*, *crabby*, *pig's ear 2*, *happy bunny*, *scaredy-cat*, *sick as a parrot*, *go ape*, *pig 2*, *bee's knees*, *look like something the cat brought in*. Большинство данных единиц служат для обозначения физического (*fit as a butcher's dog*, *look like something the cat brought in*), а чаще эмоционального состояния (*crabby*, *happy bunny*, *scaredy-cat*, *sick as a parrot*, *go ape*). Хотя входящие в список сленгизмы применимы для оценки человека (*pig* 'a glutton, a greedy person', *pig* 'a slob, an unpleasantly dirty person') или ситуации (*pig's ear* 'a mess, a disaster'), среди наиболее популярных единиц отсутствуют сленгизмы с высокой степенью пейоративности/дерогативности. К таковым, например, в общем перечне относится *coon*. Хотя значение этого сленгизма, обозначающего чернокожего человека, известно 33 из 35 анкетированных, только 4 человека допускают использование его в речи. При этом в самой анкете в ряде случаев вместо значка «-» писали слово «never» ('никогда'), чтобы подчеркнуть неприемлемость данного сленгизма даже в сфере неформального общения с родными и друзьями. Данный сленгизм несет расистскую коннотацию и исключается абсолютным большинством респондентов из сферы употребления в силу их стремления не нарушать правила политкорректности.

Для более четкого выявления соотношения количества человек, знающих сленгизм, и количества респондентов, употребляющих его в неформальном общении, представим это соотношение в виде коэффициента, равного частному от деления количества респондентов, использующих его в неформальном общении, на количество человек, знающих сленгизм. Чем выше этот показатель, тем больше количество людей, считающих его употребление приемлемым. Например, для сленгизма *coon* такое соотношение равно 0,12. В табл. 2 представлены результаты произведенных подсчетов.

Количественные данные об использовании сленгизмов
в неформальном общении

Сленгизм	Количество человек, которые знают значение данного сленгизма	Количество человек, которые используют сленгизм в неформальном общении	Соотношение
coon	33	4	0,121212
pig 1	32	5	0,15625
hog	15	3	0,2
dog and bone	32	7	0,21875
skunk 1	8	2	0,25
bunny hugger	7	2	0,285714
prawn	3	1	0,333333
bug-eyed	18	6	0,333333
mullet	16	6	0,375
dog's breakfast	24	9	0,375
chicken 2	34	13	0,382353
trout	23	9	0,391304
donkey	15	6	0,4
mare	24	10	0,416667
bird	35	16	0,457143
cold turkey	33	16	0,484848
ram-raid	35	17	0,485714
stone the crows!	30	15	0,5
fit as a butcher's dog	33	19	0,575758
tyke 1	10	6	0,6
crabby	35	21	0,6
gander	31	19	0,612903
pig 3	32	20	0,625
rattled	27	17	0,62963
pig 4	22	14	0,636364
go ape	35	23	0,657143
happy bunny	33	22	0,666667
sick as a parrot	34	23	0,676471
tyke 2	22	15	0,681818
pig's ear 2	32	22	0,6875
bee's knees	35	25	0,714286
scaredy-cat	32	23	0,71875
pig 2	33	24	0,727273
look like smth the cat brought in	35	26	0,742857

Как следует из табл. 2, ряд сленгизмов относится к малоиспользуемым. Помимо уже указанного сленгизма *soon*, респонденты считают малопринимлемым к употреблению сленгизм *pig* для обозначения полицейского по причине его неполиткорректности. Неоднозначное отношение проявляется к обозначению представителей женского пола с помощью сленгизмов *bird* и *mare*. Ряд респондентов (особенно женского пола) считают такие обращения дерогативными даже в ситуациях неформального общения.

Низкий коэффициент не только говорит о стремлении носителей языка к политкорректности, но и свидетельствует о том, что ряд малоиспользуемых сленгизмов не входит в активный запас носителя языка, ведь среди примеров отмечаются обозначения и с нейтральной окраской. Например, хотя 32 человека знакомы со значением рифмованного сленгизма *dog and bone*, его используют лишь 7 человек. В то же время этот пример свидетельствует о расширении границ усвоения классического рифмованного сленга к югу за пределами Лондона. В отличие от рифмованного сленгизма *pig's ear*, о котором шла речь ранее, *dog and bone*, по-видимому, больше приблизился к ядру общего сленга английского языка.

Как известно, сленг ограничен сферой неформального общения, поэтому третий вопрос анкеты довольно «провокационный». Уже в самом определении сленга заложены ограничения на его использование в сфере формальной коммуникации. Тем не менее ряд респондентов допускают употребление сленгизмов за пределами неформальной коммуникации.

Не более 52 % респондентов считают возможным использование ряда сленгизмов в официальной коммуникации, на рабочих местах. Рассмотрим группу сленгизмов, применение которых одобряют более 30 % анкетированных. В целом в этот перечень входят те же единицы, что анкетированные считают приемлемыми для употребления в сфере неформального общения: *fit as a butcher's dog*, *pig 3*, *crabby*, *pig's ear 2*, *happy bunny*, *scaredy-cat*, *sick as a parrot*, *go ape*, *pig 2*, *bee's knees*, *look like something the cat brought in*. Однако количество респондентов, использующих названные сленгизмы в официальной ситуации, ниже. Данная тенденция прослеживается в отношении большинства единиц всего перечня (хотя отмечены 6 случаев, когда количество используемых сленгизмов в неофициальной и официальной коммуникации совпало, и 4 случая, когда количество допустимых сленгизмов в официальном общении превысило количество сленгизмов, используемых в неофициальном общении). На наш взгляд, единицы типа *pig's ear*, *bee's knees*, *ram-raid*, которые признаются приблизительно половиной респондентов уместными в официальной обстановке, приближаются к границе субстандарта и стандарта английского языка и потенциально со временем могут перейти из сленга в пласт разговорного литературного языка.

В анкетировании приняли участие 21 представительница женского пола и 14 – мужского. Подсчеты среднего количества сленгизмов, известных респондентам (26,24 для женщин, 27,64 для мужчин) и используемых ими в

ситуациях неформального общения (13,05 для женщин и 13,14 для мужчин), не отражают гендерных отличий. Однако среднее количество сленгизмов, допустимых мужчинами к употреблению в ситуациях неформального общения, выше (7,7 для женщин, 11,64 для мужчин).

Учитывая возрастные отличия респондентов, можно утверждать, что среднее количество сленгизмов, известных и используемых респондентами в разных ситуациях общения, выше в группе людей от 30 до 39 лет. Данные по возрастным группам представлены в табл. 3.

Т а б л и ц а 3

Количественные данные об употреблении сленгизмов
в разных возрастных группах

Возрастная группа	Среднее количество сленгизмов, которые известны респондентам	Среднее количество сленгизмов, которые респонденты используют в неформальном общении	Среднее количество сленгизмов, которые респонденты используют в формальном общении
20–29 лет	23,75	8,5	5,5
30–39 лет	31,17	20,17	15,3
40–49 лет	26	12,45	9,09
50–59 лет	25,5	8,25	7,25
60–66 лет	27	14,47	8,25

Подводя итог, можно говорить об избирательном отношении носителя английского языка к использованию общего сленга. Во-первых, результаты анкетирования свидетельствуют о разной степени усвоения сленговой лексики. Малоизвестные сленгизмы составляют периферию сленга. Сюда, во-первых, относятся те единицы, которые еще не утратили связь с первоначальным источником возникновения, то есть их переход из социально детерминированного просторечия (другими словами, из разновидностей специального сленга) или территориально детерминированного просторечия (территориальных разновидностей сленга) не полностью завершён. Во-вторых, в сознании носителя языка сохраняются сленгизмы, возникшие как столетия назад, так и недавно. В-третьих, можно говорить о разной степени употребления сленгизмов в ситуациях неформального общения. Сленгизмы, используемые большинством респондентов, служат для обозначения физического, а чаще эмоционального состояния. Кроме того, среди наиболее популярных единиц отсутствуют сленгизмы с высокой степенью пейоративности. В-четвертых, несмотря на постулируемые для сленга ограничения в использовании сленгизмов за пределами ситуаций неформальной коммуникации, имеется ряд единиц, которые около 50 % анкетированных считают уместными в официальной обстановке. На наш взгляд, такие сленгизмы в будущем потенциально могут войти в разговорный слой литературного

английского языка. Некоторая избирательность в отношении использования сленга также проявляется в различных возрастных и гендерных группах респондентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Partridge, E. Slang To-day and Yesterday* / E. Partridge. – London : Boston and Henley, 1979. – 476 p.
2. Lexico. Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.lexico.com/en/definition/slang>. – Date of access : 05.08.2020.
3. Merriam-Webster Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.merriam-webster.com/dictionary/slang>. – Date of access : 05.08.2020.
4. Your Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.yourdictionary.com/slang>. – Date of access : 05.08.2020.
5. *Швейцер, А. Д. Социальная дифференциация английского языка в США* / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1983. – 216 с.
6. *Duckworth, T. A Dictionary of English Slang and Colloquialisms* / T. Duckworth [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.peevish.co.uk/slang>. – Date of access : 05.08.2020.
7. *Рубанова, Е. В. Зоометафора в сленге* / Е. В. Рубанова. – Могилев: УО «МГУ им. А. А. Кулешова», 2009. – 154 с.
8. *Green, J. Green's Dictionary of Slang* / J. Green [Electronic resource]. – Mode of access : <https://greensdictofslang.com>. – Date of access : 05.08.2020.
9. Online Etymology Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.etymonline.com>. – Date of access : 05.08.2020.

The article focuses on socio-linguistic characteristics of general slang used by English speakers. The speakers' answers to the questions of the suggested questionnaire reveal the correlation between the choice of slang units in situations of different levels of formality and their properties.

Поступила в редакцию 17.09.2020

Т. В. Степанова

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНСТРУКТИВНЫХ И ДЕСТРУКТИВНЫХ ОЦЕНОЧНЫХ СТРАТЕГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ

В статье рассматриваются и анализируются языковые средства, при помощи которых реализуются конструктивные и деструктивные оценочные стратегии в печатных СМИ Германии, Швейцарии, Австрии и России. Выявляется удельный вес конструктивных и деструктивных стратегий в различных СМИ на материале статей, посвященных австрийскому писателю П. Хандке, лауреату Нобелевской премии по литературе за 2019 год.