

О ФУНКЦИЯХ АНГЛИЙСКОГО СЛЕНГА В ПЕЧАТИ

ON THE FUNCTIONS OF ENGLISH SLANG IN PRINT MEDIA

N. Terskikh

Summary: This article examines the use of English slang in print publications, focusing on its functions. Slang expressions typically lend a casual and lively character to the text, fostering closer interaction with the audience. The author identifies several key functions of slang. Firstly, it contributes to the creation of group identity. Secondly, slang helps to express emotions. Thirdly, the use of slang can simplify complex ideas, making them more accessible to a wider audience. Finally, slang helps the material remain relevant, as it reflects current trends and cultural changes. As an example, the author analyzes the magazine "Cosmopolitan Australia", which actively employs slang expressions in its articles. This approach allows the magazine to engage a younger audience by creating a sense of familiarity and relevance. Slang not only enriches the content but also serves important communicative functions, making the text more appealing and accessible to readers.

Keywords: slang, types, features, time-saving function, identificatory function, function of studying social and cultural phenomena.

Терских Наталья Владимировна

кандидат педагогических наук, доцент, Красноярский
государственный педагогический университет
nterskikh@mail.ru

Аннотация: В настоящей статье рассматривается употребление английского сленга в печатных изданиях с акцентом на его функции. Сленговые выражения, как правило, придают тексту неформальный и живой характер, что способствует более близкому взаимодействию с аудиторией. Автор выделяет несколько ключевых функций сленга. Во-первых, он способствует созданию групповой идентичности, во-вторых, сленг помогает выразить эмоции, в-третьих, использование сленга может упростить сложные идеи, делая их более доступными для широкой аудитории. Наконец, сленг помогает материалу оставаться актуальным, так как он отражает текущие тренды и культурные изменения.

В качестве примера автор анализирует журнал «Cosmopolitan Australia», который активно использует сленговые выражения в своих статьях. Это позволяет журналу привлекать молодую аудиторию, создавая ощущение близости и актуальности. Сленг не только обогащает содержание, но и выполняет важные коммуникативные функции, делая текст более привлекательным и доступным для читателей.

Ключевые слова: сленг, виды, особенности, функция экономии времени, идентификационная функция, функция изучения социальных и культурных явлений.

Сленг оказывает значительное влияние на развитие английского языка, внося множество новых слов и выражений, которые впоследствии могут стать частью стандартного языка. Данная взаимосвязь прослеживается во всех сферах общения – личной, деловой, интернет-переписки и других аспектах. Кроме того, сленг отражает социокультурные изменения, происходящие в обществе. Появление новых явлений в общественной жизни вызывает необходимость создания новых терминов, связанных с этой сферой.

Многие ученые предпринимали попытки дать определение понятию «Сленг». В оксфордском словаре [1, С.17-18] «приводится следующее определение: сленг-неформальный язык, противопоставляющийся стандартному литературному языку, употребляющийся преимущественно в устной речи и обладающий ярко выраженной экспрессивной окраской языковых единиц, которые изначально зародились и употреблялись в определенных социальных группах и отражали их ценностную ориентацию и идеологию».

М.М. Маковский считает [2, С.45], что сленг – это исторически сложившаяся лингвосоциальная норма, базирующаяся на основе различных территориальных диалектов, доступная для понимания большинству носителей данного языка и реализующаяся на фонетическом, грам-

матическом и лексическом уровнях разговорного языка.

В.А. Хомяков отмечает [3, С.26], что термин «сленг» впервые был использован в 1756 году для обозначения «языка низкого вульгарного типа» (language of low or vulgar type). С 1802 года его стали воспринимать как «жаргон определенного класса или периода» (the cant or jargon of a certain class or period), а с 1818 года сленг начали определять как «язык высокого разговорного типа, ниже стандартного просвещенного языка», включающий новые слова или слова, употребляемые в специфическом значении.

В немецкой лингвистике О. Риттер и К. Вестендорф [4, С.41-43] считают, что слово «slang» возникло в результате агглютинации первой части слова «language» с суффиксом «-s» в выражениях «thieves' language» и «gypsies' language». Также можно предположить, что английское слово «slang» возникло в результате контаминации нескольких корней. В первую очередь, оно восходит к индоевропейскому корню *length. Сравните с греческим elegho «ругаю, оскорбляю»; eleghos «упрёк, ругань»; латышским langat «ругать, обзывать»; древневерхнемецким lahan «оскорблять».

И.Р. Гальперин отмечает несколько ключевых особенностей сленга [5, С.70-72] подчеркивая его уникальные

характеристики и роль в языке. Во-первых, сленг часто отражает социальные и культурные аспекты определенных групп, что позволяет его участникам утверждать свою идентичность и принадлежность к определенной субкультуре. Во-вторых, он обладает высокой степенью динамичности и изменчивости, что позволяет ему быстро адаптироваться к новым тенденциям и явлениям в обществе. В-третьих, сленг может служить средством создания исключительности, поскольку его использование может ограничивать доступ к информации для тех, кто не принадлежит к данной группе.

Э. Парtridge отмечает [6, С.38-39], что с середины прошлого века термин «сленг» стал общепринятым для обозначения «незаконной разговорной речи» (illegitimate colloquial speech), тогда как до 1850 года он охватывал все формы языка низкого вульгарного типа. Также следует отметить, что наряду со словом «сленг» использовались такие синонимы, как *lingo*, *argot*, *jargon* и *cant*.

Р.О. Якобсон подчеркивал, что сленг не является однородным явлением, а делится на различные категории в зависимости от контекста использования, социальной группы и культурных особенностей [7, 257-258]. Он выделяет несколько разновидностей сленга, основываясь на их функциональных и социолингвистических характеристиках.

1. Молодежный сленг: разновидность сленга, которую используют подростки и молодежь. Включает в себя новые слова, выражения, сокращения и термины, которые отражают текущие тенденции и модные явления в молодежной культуре (например, «lit» - «здорово» или «классно»).
2. Уличный сленг: вид сленга, обычно связанный с уличными и преступными субкультурами, такими как Hip-Hop, Gangsta-rap или уличные сообщества. Включает в себя специальные термины, аргот и кодовые слова, которые используются для общения внутри таких сообществ (например, «homie» - приятель, друг).
3. Профессиональный сленг: используется в определенных профессиональных сферах. Каждая отрасль имеет свои специфические термины и выражения, которые служат для более эффективного общения среди коллег (например, «synergy» - синергия, сотрудничество).
4. Этнический сленг: различные этнические группы могут иметь свой уникальный сленг, который отражает их культуру, идентичность и специфические общностные ценности (например, «sista» - сестра).
5. Интернет-сленг: в эпоху цифровой коммуникации интернет-сленг становится все более распространенным. Включает в себя сокращения, аббревиатуры, эмодзи и интернет-специфические выражения, которые используются при общении в

онлайн-среде (например, «LOL» - смех в выраженной форме - «laugh out loud»).

6. Географический сленг: каждый регион может иметь свой уникальный сленг, который отражает местную культуру и специфические особенности речи. Этот вид сленга может включать местные выражения, акценты и диалектные особенности (например, «mate» - друг, товарищ).
7. Групповой сленг: развивается внутри определенных групп и сообществ, таких как спортивные команды, студенческие сообщества, клубы или даже научные лаборатории. Он служит для создания чувства принадлежности и уникальной групповой идентичности (например, «baller» - заметная и успешная личность в спорте или развлечениях).
8. Жаргон: вид сленга, связанный с определенными профессиями, отраслями или субкультурами. Он содержит специфические термины, аббревиатуры и профессиональные выражения, которые используются внутри определенной группы для более точного и эффективного общения (например, «coding» - программирование).
9. Половой сленг: включает в себя выражения и термины, связанные с сексуальностью, отношениями и гендерной идентичностью. Половой сленг может отражать культурные и социальные нормы, а также служить для установления близких и интимных связей в разговоре (например, «bae» - партнер, возлюбленный).

Каждая из разновидностей сленга выполняет свои функции в коммуникации, включая создание групповой идентичности, эмоциональную окраску и облегчение общения между членами одной группы. Среди наиболее важных функций Ф. Гроуз выделяет следующие: [8, С.62-63].

1. Идентификационная функция: сленг помогает людям выражать свою принадлежность к определенной социальной группе или субкультуре. Используя сленговые выражения, люди устанавливают свою уникальность и связь с определенными сообществами или общностями. Данная функция имеет множество разветвлений в зависимости от сферы определения. Например: корпоративная – «frequent flyer» (человек, которого часто арестовывают) и т.п.
2. Демонстративная: сленг предоставляет людям возможность выразить свою индивидуальность, чувства и эмоции, используя нетрадиционные или экспрессивные выражения. Это позволяет им выделяться в обществе и подчеркивать свою уникальность. Например: «erk» — болван, «чайник» (о человеке).
3. Скрытие информации: сленг может использоваться для скрытого общения внутри определенных групп, чтобы избежать понимания или проникновения извне. Он может служить как сво-

еобразный «язык» для тайных обсуждений или шифрования информации. Одной из постоянных тем, где создаются синонимы, является тема алкоголя, спиртных напитков, психического состояния, что ведет к появлению обширной лексико-семантической группы. Например: «*a sot/a bottle boy*» – пьяница

4. Создание коммуникативной сплоченности: использование сленга внутри определенных групп помогает создать чувство взаимопонимания и сплоченности среди ее членов. Он создает общий язык, который усиливает смысловую связь и неразрывность внутри группы. Например: «*creep*» – странный/отталкивающий человек
5. Изучение социальных и культурных явлений: сленг является отражением молодежной культуры, тенденций и изменений в социальных нормах. Изучение сленга помогает лучше понять эти явления, общественные тенденции и культурные сдвиги. Например: «*time-out*» – взять перерыв в работе
6. Экономия времени: эту функцию подробно рассмотрел Т.Е. Захарченко [9, С.53-54]. По его мнению, сленг экономит время и место в письменной речи. Средствами реализации этой функции являются аббревиация, сокращения, а также разнообразные надписи-сокращения в письменной речи. Например: «*a.m/p.m*» (after meridiem/post meridiem) – до полудня/после полудня.

Понимание особенностей сленга позволяет устанавливать более прочную социальную связь с представителями других коммуникативных групп, что необходимо в современном быстроразвивающемся мире. Сленг является уникальной разновидностью нелитературной лексики в английском языке, которая отражает дух и культуру различных социальных групп. Он обладает своими особенностями, влияет на развитие языка и подтверждает богатство и многогранность английского языка.

В ходе нашего исследования мы проанализировали использование сленговых выражений, классифицируя их в соответствии с функциями. Для анализа сленгизмов в печати был выбран популярный женский журнал «*Cosmopolitan Australia*» [10, С. 9]. Выбор данного печатного издания был обусловлен его огромной популярностью в американской культуре в 2010-20-х годах. Мы рассмотрим одну рубрику и две статьи из вышеупомянутого журнала, где было найдено 26 единиц сленга.

В рубрике «*What's happening, February?*» (С.6-9), посвященной различным мероприятиям в феврале, мы наблюдаем активное использование сленга. Конкретные примеры будем рассматривать далее.

В первом же пункте событий в самом названии мы можем увидеть следующую конструкцию.

<i>The <33</i> [название пункта 1] (с.9)	«О любви» или просто «♥»	Идентификационная функция Создание коммуникативной сплоченности
---	--------------------------	--

Указанное сокращение часто используется в онлайн-переписках для демонстрации благосклонности, не прибегая к использованию эмодзи. Сокращения для обозначения праздников также широко используются. Выбранное печатное издание не стало исключением. Далее представлены распространенные сокращения названия праздников, которые можно увидеть и в других журналах, а также услышать в речи носителей языка. Обычно они образуются путем сокращения первой части словосочетания.

Feel the love this <i>V-Day</i> by reserving a table for two at your fave restaurant. (с.9)	Сокращение от « <i>Valentine's Day</i> »	Функция экономии времени
---	--	--------------------------

<i>The BDay</i> [название пункта 6] (с.9)	от « <i>Birthday</i> »	Функция экономии времени
---	------------------------	--------------------------

Исходя из контекста, мы делаем вывод о том, что «*fave*» - является сокращением от слова «*favorite*» - любимый.

В пунктах 3 и 9 под названием «*The Night*» и «*The Collab*» соответственно, используется также очень популярное сокращение фразы «*for more information*».

<i>Forinfo, goto</i> whitenightmelbourne.com.au. [из пункта 3 « <i>The Night</i> » (Ночь)] (с.9)	Для дополнительной информации	Функция экономии времени
--	-------------------------------	--------------------------

Еще одним популярным сокращением в этой рубрике является сокращение названия месяца *Feb* (*February*) (с.9) в пунктах 2, 3, 8 и 9.

Следующим интересным и наполненным сленговыми выражениями материалом была выбрана статья «*Taylor Swift*» (С. 44–45)

The atmosphere of ANZ stadium is electric as the lights go down and 76000 people collectively lose their <i>Sh!t</i> . (с.44)	Дрянь, гадость	Демонстративная функция. Функция сокрытия информации
---	----------------	---

Само слово «*shit*» относится и так к сниженной лексике. В данном примере для придания большей экспрессивности и, возможно, сокрытия информации была использована замена буквы «i» на знак «!». Этот прием необходим для прохождения цензуры журнала, а также он позволяет с наибольшей эмоциональностью передать смысл сказанного. Любой заголовок должен цеплять читателя с самых первых слов, и эту задачу автору статьи о Тейлор Свифт удалось успешно выполнить.

В самом тексте мы можем увидеть различные формы,

идентифицирующие дружеские отношения:

From <i>BFF</i> Karlie Kloss to Friends' Matt LeBlane, it's her guest stars that make the show newsworthy for the next day's tabloids, rather than what she was wearing on the stage. (с.45)	Сокращение от « <i>Best Friends Forever</i> » -	Функция экономии времени
So when, while she was on a boat with pals HAIM, she spotted some paps, she posted her own photo to Insta*, immediately lowering the value the sold images would've had. (с.45)	Приятель, подруга	Функция изучения социальных и культурных явлений

Следующие выражения было сложно сгруппировать по общему смыслу. She famously wrote to Apple in June last year on the back of their three-month free subscription where artists would see *nada* commission. (с.45) Изначально испанское слово, которое сейчас можно услышать в речи американцев «*nada*» означает «*nothing*». - Функция изучения социальных и культурных явлений.

She's not just taking power from money-making giants – she also took back control of her own image from the paparazzi earlier in the year when she beat the photogs to the *pic-punch*. (с.45) -Сокращение от «*pictures punchlines*» - фотографии кульминационных моментов или эксклюзивные кадры. -Идентификационная функция.

«...» her «*squad*» is a roll call of the who's who at the pop culture radar. (с.45)- Команда, отряд. -Идентификационная функция

Последняя изученная нами из данного журнала статья «*Is this the most sexist workplace in Australia?*» (С. 46–49) затрагивает сложную тему сексуального насилия. В этой статье описаны случаи дискриминации женщин-врачей, исходящие от мужчин-врачей.

Первая, обнаруженная нами сленговая конструкция из данной статьи, являлась цитатой женщины-врача, которая делилась своим опытом на рабочем месте.

They called me dumb, told me I was <i>f*cking</i> useless and often said that men should be hired instead. (с. 48)	Чертовски, ужасно (бесплезна)	Демонстративная функция. Функция сокрытия информации
--	-------------------------------	---

По аналогии с другим сленговым выражением (*Sh! t* (с.45)), «*f*cking*» также относится к сниженной лексике. Использование данного выражения было обусловлено правилом полного цитирования респондента.

Еще один пример использования сниженной лексики можно обнаружить в следующем предложении из данной статьи.

«I constantly feel belittled because I have *boobs*, but I get

top marks time and time again» (с.48). Данный сленгизм – «*boobs*» – переводится как «грудь». Его использование связано с той же причиной – полное цитирование респондента. – Функция изучения социальных и культурных явлений.

Следующее выражение используется для идентификации определенной группы людей, а именно мужской части коллектива врачей.

Annie**, a surgical trainee, tells Cosmo that she's had to endure a landslide of snide remarks and cruel taunts from male counterparts and blames the industry's « <i>boys' club</i> » mentality for it. (с. 48)	«Мужской клуб» «Мужской кол-лектив»	Функция изучения социальных и культурных явлений
--	-------------------------------------	--

Далее мы выделили группу сленгизмов, объединенных тематикой, относящихся к сфере профессий.

Sexism spans all medical specialties and hospitals, and it has reared its ugly head through decades, explains Dr Danielle McMullen, a *GP (general practice) registrar* and chair of the Australian Medical Association NSW (New South Wales) Doctors in Training Committee. (с. 48. -) Идентификационная функция

Сокращение «*Dr*» и «*trainee*» употребляются в данной статье довольно часто. Основной темой статьи является профессия врача, и без указания на конкретных представителей этой сферы не обойтись. Тем не менее, для краткости используются в основном сокращения.

Annie**, a surgical trainee, tells Cosmo that she's had to endure a landslide of snide remarks and cruel taunts from male counterparts and blames the industry's «*boys' club*» mentality for it. (с.48). – Функция создания коммуникативной сплоченности.

Мы объединили следующие сленговые выражения в группы в зависимости от общего значения действий, поведения и характера человека, проявляющихся в рабочей среде.

They make it difficult for a woman to *thrive* -подниматься по карьерной лестнице. (с. 48). -Функция изучения социальных и культурных явлений.

With an environment that's unwelcoming at best and *hostile* at worst, it's really no surprise that women are twice as likely to drop out of surgical training and that just nine per cent of surgeons in Australia are female. (с. 48. -Функция) изучения социальных и культурных явлений.

Этот термин описывает человека или ситуацию, которые являются открыто агрессивными или недружелюбными. Его можно использовать для описания человека,

который активно ищет конфликта или выражает сильное противодействие.

Мы также отметили, что выражение 'встречать с распростертыми объятиями' подразумевает не только теплый и радушный прием, но и готовность принять человека или идею без каких-либо предвзятостей.

But if women choose to dedicate themselves to that field, they should be *welcomed with open arms*, not expected to open their legs to succeed. (с. 48). - Функция создания коммуникативной сплоченности.

Далее мы обратили внимание на выражение 'быть занесенным в черный список', которое подразумевает не только внесение человека или организации в список тех, кому не доверяют или с которыми не хотят иметь дело, но и серьезные последствия, такие как ограничение возможностей для сотрудничества и взаимодействия, что может повлиять на репутацию и карьерные перспективы затронутого лица.

She was *blackballed* (быть занесенным в «черный список») and the surgical community is still not on her side. (с. 49). - Функция изучения социальных и культурных явлений.

Для определения использования частотности функцией сленговых выражений в данном периодическом издании мы приводим диаграмму. (Рис. 1.)

Согласно диаграмме, в указанном журнале наибольшее распространение имеют выражения, связанные с функцией экономии времени. Из 26 изученных нами

сленговых единиц 12 используются в статьях с данной функцией. Это можно объяснить тем, что написание статей требует значительных временных затрат, а также учитывая частоту выхода журнала. Поскольку это ежемесячное издание, охватывающее разнообразные темы, авторы прибегают к различным сокращениям, чтобы к моменту редактирования статьи были готовы к публикации.

Оптимизация пространства при написании является ключевой целью в любой работе. Особенно эта тенденция заметна в наше время, когда важно экономить ресурсы, такие как время автора и читателя, а также материальные ресурсы, поскольку тиражи журнала могут быть очень большими, что требует использования различных сокращений.

На втором месте по популярности среди функционального использования сленга находятся две функции: идентификационная и изучения социальных и культурных явлений, в рамках которых мы выделили 7 сленговых единиц. Использование сленга с идентификационной нагрузкой создает легкий и доступный формат, который оказывается близким для широкой аудитории. Примеры применения функции изучения социальных и культурных изменений в современности представляют собой материал, на основе которого можно делать выводы об уровне развития американской коммуникации в 2010–2020 годах.

Наименьшее количество примеров функций мы можем увидеть у следующих видов: создание коммуникативной сплоченности – 3 примера сленговых единиц, а



Рис. 1. Функциональное использование сленговых выражений Составлено автором на основании [7,8,9]

также демонстративной и сокрытия информации – по две сленговые единицы в каждой из функций.

Менее распространены функции создания коммуникативной сплоченности (3 сленговых единицы), демонстрации (2 сленговых единицы) и сокрытия информации (2 сленговых единицы). Это указывает на то, что авторы и редакторы стремятся поддерживать формат, доступный для широкого круга читателей, избегая чрезмерного использования сленга.

На основе полученных данных можно сделать вывод, что, несмотря на желание авторов и редакторов журнала установить более тесный контакт с читателями, они стремятся придерживаться универсального формата печатного издания, который будет приемлем для разных социальных групп.

В современном информационном обществе наблюдается увеличение использования сленга как в письменной, так и в устной речи. Сленг стал важной частью

нашей повседневной коммуникации, упрощая и ускоряя передачу информации, а также придавая тексту лаконичность и выразительность. Основные причины его популярности включают:

1. Экономия времени и пространства: в условиях быстрого темпа жизни и ограничений символов в социальных сетях и мессенджерах сленг позволяет передать больше информации в сжатой форме.
2. Удобство и эффективность: использование сленга делает текст более понятным и снижает вероятность недопонимания.
3. Привычка и традиции: в интернет-культуре многие сленговые выражения стали общепринятыми, что способствует их широкому использованию.

Таким образом, использование сленга связано с оптимизацией коммуникации и эффективным использованием ресурсов. Понимание и умение правильно применять сленговые выражения становятся важными навыками в современном обществе, способствующими более тесному взаимодействию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ayto J. The Oxford Dictionary of Modern Slang. Oxford University Press, 2002.- p. 17-18
2. Маковский М.М. Современный английский сленг: Онтология, структура, этимология. Изд. 6, стереотип. URSS. 2020.- С.45.
3. Хомяков Владимир Александрович. Введение в изучение слэнга - основного компонента английского просторечия / В.А. Хомяков. - Изд. 2-е, М.: Книжный дом Либроком, 2009. – С.26.
4. Ritter O. Zur Herkunft von neuenglischen Slang / O. Ritter // Archiv für das neueren Sprachen und Literaturen. – Braunschweig, 1906. – Bd.116. – S. 41-43.
5. Гальперин И.П. Стилистика английского языка: учебник (на английском языке). Изд-е 4-е., М.: URSS, 2012. -С.70-72.
6. Partridge E. A. Dictionary of Slang and Unconventional English. 8th edition. L. and N.Y.: Routledge, 2013.- p.38-39
7. Якобсон Роман. Основные проблемы поэтического языка. В сборнике: Роман Якобсон: Сочинения в 2 томах. Том 2. – М.: Языки славянской культуры, 2016. – С.257-258.
8. Гроуз Ф. Сленг: функции и значение. – М.: Наука, 1976. – С.62-63.
9. Захарченко Т.Е. Английский и американский сленг. М.: Изд-во АСТ, 2009. С.53-54
10. «Cosmopolitan Australia», №9, 2016.-p.9, 44,45,48,49.

© Терских Наталья Владимировна (nterskikh@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»