

Секция «Лингвистика: Современные лингвистические исследования: фонетика, грамматика, лексика»

Антропонимы-сленгизмы в английском языке

Научный руководитель – Басыров Шамиль Рафаилович

Ромашко Полина Леонидовна

Студент (бакалавр)

Донецкий национальный университет, Факультет иностранных языков, Кафедра теории и практики перевода, Донецк, Украина

E-mail: mss.apollinaria@mail.ru

Сленг обладает яркой национально-языковой и социальной спецификой, его единицы не зафиксированы литературной нормой, среда их употребления - разговорный стиль, однако они могут использоваться также в произведениях художественной литературы и публицистике для создания колорита или образной характеристики персонажа. Таким образом, антропонимы-сленгизмы (АС) представляют огромный интерес как материал для перевода и изучения не только потому, что являются реалиями того или иного языка, но и потому, что данные единицы принадлежат к разговорному стилю, что сразу же ограничивает не только их круг употребления, но и способы передачи средствами другого языка [1].

Настоящая работа нацелена на изучение особенностей семантической и культурологической структуры АС в английском языке, на выявление их мотивирующей базы и признаков.

Эмпирическим материалом для анализа английских АС послужила сплошная выборка данных языковых единиц, полученных из интерактивного электронного онлайн-словаря, специализирующегося на регистрации сленговых языковых единиц самими пользователями (Urban Dictionary, Green's dictionary of slang (En-En), а также из публицистических источников (газет, журналов). Перевод иллюстративного материала был выполнен информантами - носителями английского языка, изучающими русский язык.

Антропонимы-сленгизмы являются одним из крупнейших и интересных подвидов сленга, которые имеют различные источники своего происхождения (имена, фамилии, прозвища реальных или вымышленных людей - персонажей книг, фильмов, сериалов, мультсериалов и т.п.), характеризуются богатым культурологическим потенциалом и обладают ярко выраженной коннотацией.

В ходе анализа английские АС были разделены на несколько лексико-семантических групп (ЛСГ), объединённых базовым семантическим компонентом, который обозначает определенный класс одушевленных или неодушевленных предметов, признаков, процессов, отношений и т.д. [2]. Таким образом, анализируемые АС были разбиты на следующие ЛСГ: музыкальная индустрия, литература, киноиндустрия, спорт, известные личности, политика. Каждая из этих групп, в свою очередь, распадается на более мелкие подгруппы, обладающие различной продуктивностью.

1. Группа АС «музыкальная индустрия» охватывает имена людей, непосредственно связанных с музыкой - певцов и композиторов. АС данной группы служат, с одной стороны, для характеристики талантливых людей, их способностей на основе их сравнения с успешными композиторами и исполнителями, а с другой стороны, для называния новых музыкальных или около музыкальных понятий. Среди АС этой ЛСГ были обнаружены как единицы общеизвестного сленга (*Mozart of Rap* 'гений рэпа'), так и АС с уникальной семантикой (*Vkook* 'пэйринг Ви и Чонгук из группы BTS'), употребляемые исключительно в среде фанатов определённого музыкального направления. Отсюда можно заключить,

что распространённость сленгизма непосредственно зависит от уровня популярности того или иного артиста, имя которого является мотивирующей основой для его создания.

2. Антропонимы-сленгизмы с семантикой «литература» происходят от имён или фамилий писателей и литературных героев, их характера, поведения, образа жизни, которые переносятся на определенного человека, номинируемого данными сленгизмами. Так, при образовании АС *Hemingway* 'пьяный' немаловажную роль сыграло пристрастие известного писателя Эрнеста Миллера Хемингуэя к алкоголю. Эта слабость писателя послужила мотивирующим признаком для появления у антропонима в новом значении. Имя данного классика послужило также мотивирующей основой для АС: *Hemingway Solution* 'покончить жизнь самоубийством с помощью дробовика'.

3. Группа АС «киноиндустрия» связана с именами актёров, актрис и персонажей фильмов, сериалов и т.п. Если семантика «литературных» АС мотивируется характером людей-пробразов, то «кинематографические» АС чаще базируются на внешних признаках героев и персонажей кинолент. Так, АС *Amanda* 'крутая, сексуальная девушка с потрясающим чувством юмора и стиля' восходит к характеристике киноперсонажа Аманды Ле-Бланк из сериала «Амандас». Иными словами, этим сленгизмом именуют девушку, которая своей внешностью напоминает Аманду Ле-Бланк. Некоторые АС данной группы служат для называния определенных понятий, например: *Delena* 'пейринг Дэймон и Елена из сериала Дневники вампира'.

4. Антропонимы-сленгизмы, входящие в группу «спорт», мотивируются именами известных спортсменов, событиями из их спортивной карьеры. Так, сленгизм *Usain-Bolt* '9,58 секунд' обозначает конкретный отрезок времени, равный рекорду ямайского легкоатлета Усэйна Болта на стометровой дистанции. Сленгизм *Tony Romo* 'человек, на которого возлагают большие надежды, но он их не оправдывает' происходит от имени профессионального игрока в американский футбол Тони Ромо.

5. Антропонимы-сленгизмы с общей семантикой «известные личности» образуются от имён известных людей, в частности, журналистов, блогеров, художников, телеведущих, светских львиц и т.д. В этой группе преобладают слова-термины для обозначения новых понятий, например: *Kardashianism* 'подражание Ким Кардашьян'. В данную группу входит также АС *Pauldenino* 'богач', производный от имени американского интернет-стримера Пола Денино. АС данной группы обладают высокой продуктивностью.

6. В основу АС с общим значением «политика» положены имена политиков, политические события или «около политические» явления. Среди них количественно преобладают лексемы с негативной коннотацией, что свидетельствует об отрицательном отношении говорящих к тому или иному политику либо политическому событию. АС данной группы носят, как правило, локальный характер, так как они обычно распространены на определённой территории: США, Англии и т.п. Например: *Anti-Bush* 'противник политики Буша'; *Romnesia* 'наивная вера в правильность политики Республиканской партии' (от имени американского политика У. М. Ромни).

Итак, анализ английских антропонимов-сленгизмов показал, что их основными сферами-источниками являются литература, кино, политика, музыка, спорт. Распространённость того или иного АС определяется в целом степенью популярности определенной личности. Антропонимические сленгизмы обладают ярко выраженной положительной или отрицательной коннотацией и могут претерпевать определенные семантические изменения.

Источники и литература

- 1) Дубровская Д. А. Функциональные особенности прецедентных антропонимов-сленгизмов в интерактивном онлайн-словаре Urban Dictionary. С., 2015.

- 2) Николаева Т. М. Социоллингвистический портрет молодежного сленга и методы его описания. Ч. 2 М.: Наука, 2004.