

УДК 37.025.23 81

*Олексій Башманівський  
(Житомир, Україна)*

**ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ ВЖИВАНІ ПІДЛІТКАМИ У КОНТЕКСТІ  
СОЦІАЛЬНОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ МОВНИХ ОДИНИЦЬ  
АМЕРИКАНСЬКОГО ВАРІАНТУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

*Статтю присвячено дослідженню фразеологічних одиниць, які вживають американські підлітки, у контексті соціальної диференціації мовних одиниць американського варіанту англійської мови. Проаналізовано найбільш вживані фразеологічні одиниці, які входять до складу підліткового сленгу. Визначено поняття соціолект, американський варіант сучасної*

англійської мови, фразеологічні одиниці американського сленгу.

**Ключові слова:** соціолект, американський варіант сучасної англійської мови, фразеологічні одиниці американського сленгу.

*Статья посвящена исследованию фразеологических единиц, которые употребляют американские подростки в контексте социальной дифференциации языковых единиц, американского варианта английского языка. Проанализированы наиболее употребляемые фразеологические единицы, входящие в состав подросткового сленга. Определены понятия социолект, американский вариант современного английского языка, фразеологические единицы американского сленга.*

**Ключевые слова:** социолект, американский вариант современного английского языка, фразеологические единицы американского сленга.

*The article investigates idioms that American adolescents use in the context of social differentiation of language units in American English. The most common phraseological units which are part of teenage slang were analyzed. The concepts: sociolect, the American variant of English, phraseological units of American slang were determined.*

**Key words:** sociolect, the American variant of English, phraseological units of American slang.

Проблемою соціальної диференціації мовних одиниць займається така галузь мовознавства, як соціолінгвістика, яка вивчає «вплив суспільних явищ і процесів на виникнення, розвиток, соціальну та функціональну диференціацію й функціонування мов, а також зворотний зв'язок мови і соціуму [3, с. 568]». Згідно з дослідженнями О. Швейцера, термін «соціолінгвістика» був запроваджений у 1952 р. американським дослідником Х.Каррі в його роботі «Projection of socio-linguistics: the relationship of speech to social status» [4, с. 3], хоча напрям дослідження взаємовпливу мови й суспільства вже існував у науці під назвами «соціологічна лінгвістика», «соціологія мови» тощо. Соціологічна площина досліджень у мовознавстві враховувала ідеї Просвітництва, психологічний напрям у мовознавстві, марксистську філософію, філософію позитивізму. Проте основним завданням соціолінгвістики визначається чітка скерованість на соціальну природу мови, її комунікативну функцію, відношення мови й суспільства, поведінки соціально заангажованого індивіда. У термінологічній енциклопедії «Сучасна лінгвістика» (2006) виокремлюються три основні течії соціолінгвістики. Перша – спрямована на соціологію (досліджує норми мовного вживання, мету вибору варіантів мови, диглосію, теорію кодів залежно від соціальних детермінант). Друга – орієнтована на лінгвістику та досліджує неоднорідність мовної системи з огляду на соціальні параметри, а також зв'язок мовних змін із соціальними умовами. Третя течія має метрологічне спрямування. Ці напрями не є ізольованими і, як правило, лінгвістичне дослідження поєднує надбання усіх існуючих наукових течій [3, с. 568–569].

У ході дослідження ми будемо використовувати теоретичні основи соціолінгвістики, зокрема її вчення про соціолект. Соціолект визначають як сукупність «соціально маркованих лексем та словосполук певної суспільної групи (професійної, наукової та ін.) у межах національної мови [3, с. 568]». Термін «соціолект» увійшов в обіг соціолінгвістики з метою уникнення багатозначності термінів «жаргон», «арго», «сленг», «соціальний діалект». Соціолект досліджується «як додаткова лексична система для певних форм існування, що репрезентує паралельну експресивно-оцінну, найчастіше стилістично знижену синонімію позначень загальновідомих понять і належить певній соціальній субкультурі [3, с. 568]». На відміну від жаргону, соціолект містить і так званий «інтержаргон» – загальну лексику, яка в масовій свідомості значно послабила зв'язки з первинними сферами вживання, не втрачаючи при цьому своєї стилістичної маркованості. На відміну від арго – таємної, конспіративної форми існування мови замкнених соціально-професійних груп, соціолект зрозумілий пересічним мовцям. Він є надбанням відкритих соціально-професійних груп, характеризується стилістичною зниженістю і не виконує функції утаємниченості, умовності, відмежування [3, с. 568–569]».

Необхідно відзначити, що соціолект термінологізується дослідниками як «динамічна лексична система, яка є нетривкою в часі й може проникати до літературної мови [3, с. 568]». Шляхом такого проникнення вважається низка переходів від корпоративного жаргону до інтержаргону, далі – до просторіччя, розмовної лексики та літературної мови. Засобами проникнення корпоративного жаргону до інтержаргону є засоби масової комунікації (газети, журнали, телебачення та Інтернет), також тексти художньої літератури, при чому жаргонізацію художньої літератури в усьому світі в цілому пов'язують з утратою високого стилю, який був властивий літературі ще на початку ХХ ст. [3, с. 569].

Опрацьовуючи практичний матеріал нашого дослідження, необхідно зауважити, що для адекватного аналізу фразеологічних одиниць американського варіанту англійської мови, доцільно враховувати той факт, що становлення Standard American English відбулося не відразу, а послідовно і для пересічних американців досить болісно. Надзвичайну важливість для розвитку американського варіанту сучасної англійської мови започаткували дослідження проведені на початку ХІХ ст. американським лексикографом Дж. Пікерінгом та його послідовниками. Вони виступали за повну імітацію американським варіантом британського варіанту англійської мови. У результаті, діти в американських школах навчалися за англійськими підручниками з граматики та лексики, користувалися словниками, укладеними британськими лексикографами, і це посилювало розрив між повсякденним спілкуванням та «правильною» мовою. Проте, незважаючи на всі складнощі, становлення американського варіанту літературної мови як стандартної, національної мови офіційного характеру з часом все-таки відбулося.

М.Гухман вважає, що критеріями стандартної літературної мови є: більша або менша обробленість; відсутність спонтанності мовленнєвої продукції і пов'язана з цим селективність (на відміну від розмовно-побутової стихії); наддіалектність; більша або менша поліфункціональність [5, с. 79].

Проте серед американських філологів і досі йде полеміка щодо статусу Standard American English [5, с. 82–83]. На думку У.Мейєрса, власне поняття Standard American English ледве піддається науковому опису, і чи слід взагалі його визначати? Щодо У. Лабова, він, навпаки, вважає проблему дефініції надзвичайно важливою, адже це забезпечить можливість для нижчих прошарків населення опанувати літературну мову.

Окремі аспекти соціолекту вивчалися такими дослідниками як Е. Патрідж, Г. Менкен, І. Гальперін, В. Вілюман, М. Маковський.

Соціолект був і в грецькій, і в латинській мовах – адже люди завжди залишалися людьми, вони завжди намагалися оживити мовлення, прикрасити його образними слівцями та висловами, переінакшуючи незрозумілі наукові офіційні слова. Більшість американських письменників віддали данину «розмовному сленгу». Його неможливо ігнорувати, інакше описувані персонажі втратять свою життєвість.

Теоретичні та практичні питання формування нової лексики та її впровадження в мову досліджувала низка вітчизняних науковців, таких, як В.І. Заботкіна, В.В. Богданов, С.С. Волков, Г.А. Міклашевська, М.Б. Нікітіна, А.І. Смірнецький та інші. Також цим питанням займаються й світові лінгвісти: I.V. Arnold, T. Algeo, D.W. Maurer та інші.

У контексті соціолекту слід зазначити, що під терміном «сленг» розуміють «емоційно забарвлені слова розмовного типу, переважно жаргонного характеру, які в сучасних умовах мають тенденцію легко переходити в літературну мову». Є сленг «загальний» (часто вживані й зрозумілі для переважної більшості носіїв мови слова, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків) та «спеціальний» (соціальні жаргони та арго злочинного світу).

Молодіжний сленг найбільш жваво реагує на всі події в житті. Він відтворює нові явища і сам змінюється в процесі їх перетворень. Проте на даному етапі розвитку лінгвістики та перекладознавства, американський сленг становить собою ще недостатньо вивчену проблему, яка потребує подальшого дослідження.

С.Б. Флекснер відзначав, що молодь у віці від 17 до 24 років є найактивнішим елементом,

який формує американський сленг [5, с. 173]. Колективи молоді та студентів є найбільш чутливими до нових віянь, модних тенденцій та настанов, тому вони постійно утворюють сленгові фразеологічні вирази, що відбивають ці настанови та ціннісну орієнтацію молодіжних груп [1, с. 356]. Дуже велике значення для молоді мають музичні вподобання. Наприклад, коли на зміну hot music приходить cool (progressive) jazz, прикметники cool та groovy витісняють прикметник hot як сленгізми з позитивною конотацією, звідки походять фразеологізми to be a cool (hep) cat – бути «своїм», однодумцем, поділяти одні смаки, ідеї та вподобання. Згодом цей прикметник замінюють також far-out, way out, out of sight із тією ж функцією епітета схвалення чийхось дій. У 90-ті роки ХХ ст. молодіжний сленг активно вбирає в себе лексику неформальних молодіжних угруповань, особливо з лексикону наркоманів, щільно пов'язаних з молодіжною субкультурою. Саме молодь уводить до обігу широку групу лексичних та фразеологічних одиниць, пов'язаних з уживанням наркотиків: to have a grass party – влаштувати вечірку з маріхуаною; groupies' flock – натовп шанувальниць рок-зірок.

Питання незалежності від батьків, можливості самостійного прийняття рішень є надзвичайно важливим та болісним для більшості підлітків. Багато хто проходить крізь сувору боротьбу та життєву школу, аби відвоювати свої права. У цьому віці молодь часто вважає батьків якимись архаїчними, нерозуміючими та незрозумілими, але при цьому вони мають владу, можуть дозволити або заборонити підліткові ту чи іншу дію. Це викликає у підлітка гнів, обурення, протест, а ці емоції, у свою чергу, породжують ідіоми, як, наприклад: to ground someone – to take away some privileges (Informal. Usually said by a teenager about parents): My father said that if I didn't get at least C's, he'd ground me [2, с. 143].

До нашої вибірки потрапили також деякі фразеологізми зі студентського сленгу США: a chalk talk – лекція; a cheat sheet – шпаргалка.

Слід зазначити, що обидві одиниці належать до так званого «римованого сленгу», який є одним із продуктивних засобів формування сленгових фразеологізмів у сучасному американському варіанті англійської мови і є основою для музичного молодіжного напрямку «реп».

Продуктивним процесом словотворення американського сленгу є подвоєння (reduplication), як, наприклад, наступні лексеми, які також активно вживаються в ролі епітетів у складі молодіжних сленгових фразеологізмів: go-go – модний, популярний, інтенсивний; no-no – заборонений.

До соціолекту постійно потрапляють також вирази з кримінального світу, які з часом залишають первісне значення і входять до розмовної мови: ball-and-chain – тягар (будь-який): робота, дружина, обов'язок. У початковому значенні – кайдани в'язня; to beat the rap – уникнути покарання: He was charged with drunk driving, but he beat the rap [2, с. 28–29]. Hit man – найманий убивця; to cop a plea – to plead guilty to a crime in hopes of receiving a lighter punishment; to double-cross someone – видати когось [2, с. 56–59].

Деякі фразеологічні одиниці із обігу наркоманів виявилися досить продуктивними, щоб утворити переносні значення та увійти до загальноживаного лексичного фонду, зокрема: to go cold turkey – 1) to stop doing something without tapering off (drug slang). When heroin addicts go cold turkey, they get terribly sick. 2) Breaking any bad habit: I had to stop smoking, so I went cold turkey. It's awful [2, с. 136]. To be hooked on something – 1) бути наркозалежним; 2) пристрасно любити щось (каву, футбол тощо) [2, с. 159].

Більшість цих фразеологічних одиниць зберегла лише одне, первісне значення, утворене у молодіжному середовищі «шанувальників наркотичних засобів»: an acid-head – любитель ЛСД; a drughead – наркоман; a kick stick – цигарка з маріхуаною; to have a freak-out – мати галюцинації під впливом наркотику.

У соціолект також увійшли численні вирази гравців у карти, які стали зрозумілими більшості носіїв мови, набувши фразеологізованого та усталеного характеру. Етимологія деяких із них вже не розпізнається на побутовому рівні, вживаючись як загальна фразеологія: according to Hoyle – згідно з усіма правилами (Хойл є автором книги про правила бриджу. Зараз фразеологічна одиниця вживається у різних сферах людської діяльності): The carpenter said:

*This is the way to drive a nail, according to Hoyle* [2, с. 3]. *To cash in one's chips* – померти (вираз з покеру); *to deal something in* – залучити когось до якоїсь справи, особливо до карточної гри; *to follow suit* – наслідувати чийсь приклад (вираз із карточної гри); *to force somebody's hand* – примушувати людину розкрити свої плани, стратегії або секрети (натяк на зазірання в чужі карти протягом гри) [2, с. 142].

Етимологія фразеологічних одиниць американського варіанту англійської мови відзначається більшим різноманіттям, аніж у британському варіанті. Ми розглянули лише невелику частку молодіжних фразеологізмів. Сленгові фразеологізми мають широкий діапазон вживання. Багато людей, а особливо молодь, вживає фразеологічні сленгові одиниці у своїй мові для того, щоб бути сучасною, стильною. Решта користується цими фразеологізмами, як окремим засобом спілкування, який має відтінок відвертості, неформальності, виражає товариськість і легкість спілкування.

Фразеологічні вирази емоційно забарвлені і часто вживаються в переносному значенні. Якщо фразеологічний вислів втрачає новизну, на зміну йому приходять новий. Це альтернативна лексика. Молодіжні фразеологізми не можуть існувати в минулому, вони постійно оновлюються. Вони або осідають в мові, або ж їх забувають. Перспективи подальших досліджень полягають у дослідженні фразеологічних одиниць на матеріалі сучасного американського кінематографу і художніх текстів американських письменників.

### Література

1. Скрыпник И.Ю. Оценочный компонент в семантике соматических фразеологизмов со значением интерперсональных отношений / И.Ю. Скрыпник // Сучасні дослідження з іноземної філології : збірник наукових праць. – Випуск 6. – Ужгород : «Папірус»-Ф, 2008. – С. 356–361.
2. Словарь американских идиом / Сост. Спирс Ричард. А. – М. : Русский язык, 1991 – 464 с.
3. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія / Селіванова О.О. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
4. Швейцер А.Д. Вопросы социологии языка в современной американской лингвистике / Швейцер А.Д. – Л. : Наука, 1971. – 102 с.
5. Шерік А.Д. Довідник англійських, німецьких та українських ідіом та виразів / Шерік А.Д., Савічук В.Я., Старко В.Ф. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 173 с.

*Стаття надійшла до редакції 23 березня 2012 року*