

В заключение следует отметить, что барьеры межкультурной коммуникации являются серьезным вызовом для современного общества. В каждой культуре существуют свои правила поведения и ведения разговора, тесно связанные с культурно-обусловленными способами думать и вести себя, а также с различной культурно-прагматической ценностью факторов, значимых для той или иной ситуации общения. С помощью понимания причин возникновения этих барьеров, принятия активных мер по их преодолению, развитие межкультурной компетенции может создать условия для гармоничного и продуктивного общения.

Литература

1 Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; под ред. А. П. Садохина. – Москва : Юнити-Дана, 2002. – 352 с.

2 Сикевич, З. В. Национальное самосознание русских : социологический очерк / З. В. Сикевич. – Москва : Механик, 1996. – 208 с.

3 Jandt, Fred E. Introduction to intercultural communication / Fred E. Jandt : international student edition. – Sage Publications, 2010. – 520 p.

УДК 81.111'276.2

Л. А. Якимцова

НАИБОЛЕЕ ПРОДУКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ СЛЕНГОВЫХ СЛОВ И ВЫРАЖЕНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Данная статья посвящена изучению процессов словообразования сленгизмов, используемых в английском языке. В статье описаны сленговые слова с точки зрения способов их образования. Проведен анализ словообразовательных процессов в молодежном сленге как одной из подсистем современного английского языка и выделены такие основные способы образования сленгизмов, как аббревиация, аффиксация, словосложение и звукоподражание.

Сленг играет значительную роль в английском языке, представляя собой одну из ключевых составляющих национальной лингвистической идентичности. Возникновение новых слов связано с процессом развития современного общества, где старые термины заменяются более выразительными. Однако, несмотря на популярность новых сленговых образований, они быстро утрачивают свежесть и привлекательность. Сленг представляет собой динамичную систему, в которой старые слова уступают место новым с течением времени и сменой модных тенденций. В молодежном сленге слова могут появляться и исчезать за десятилетие, в отличие от более устойчивых форм сленга. Разнообразие и неоднородность сленга позволяют классифицировать сленговые слова по различным критериям в зависимости от целей и интересов говорящих.

В современном американском сленге широко распространены различные сокращения, которые формируются путем комбинации начальных букв слов в устойчивых субстантивных сочетаниях. Аббревиатуры играют важную роль в американском компьютерном сленге, помогая экономить место при написании текста сообщений на английском языке. В результате появилось большое количество аббревиатур, которые могут заменить длинные сообщения. Можно привести несколько примеров: *TTYL (talk to you later)* 'поговорим позже', *OOTD (outfit of the day)* 'образ дня', *TBH (to be honest)* 'честно

говоря», *ASAP (as soon as possible)* ‘как можно скорее’, *YSK (you should know)* ‘тебе следует знать’. Чем больше требуется написать в сообщении, тем более сжатым должен быть текст. Пользователи обычно стремятся сохранить максимальное качество своих сообщений, используя сокращения даже более короткие, чем в электронной почте. Аналогично вместо некоторых букв используются цифры, что также распространено при написании сообщений. Это чаще встречается в сленге и региональных диалектах. Например: *2morrow (tomorrow)* ‘завтра’, *2G2BT (too good to be true)* ‘слишком хорошо, чтобы быть правдой’ [2, с. 65–66].

Одним из многих видов сокращений, которые используются в американском молодежном сленге, является *apocope* (апокопа). В английском сленге апокопа используется как намеренное опускание или сокращение букв, чтобы соответствовать размеру, ритму или форме, например, *tho* вместо *thought*, *oft* вместо *often*. Еще одним примером данного явления может быть выпадение звуков в конце слов при их произнесении: например, *mos (most)* ‘большинство’, *fo sho (for sure)* ‘наверняка’, *coz* или *‘cause (because)* ‘потому что’, *Gsus (Jesus)* ‘мой Бог’, *obvi (obviously)* ‘очевидно’, *diss (disrespect)* ‘неуважение’, *totes adorbs (totally adorable)* ‘совершенно очаровательный’, *ridic (ridiculous)* ‘нелепый’, ‘смехотворный’. Эти сокращения типичны для неформальной речи и используются в сленге и разговорной речи. Основная цель использования подобных аббревиатур состоит в экономии языковых ресурсов [2, с. 65].

Наряду с аббревиацией аффиксация также играет важную роль в словообразовании. Аффиксация обычно включает образование новых слов с помощью добавления аффиксов (префиксов и суффиксов) к основам различных типов. Примеры аффиксов включают префиксы, такие как *de-* (*delouse* ‘избавляться от чего-либо неприятного’), *re-* (*reup* ‘повторно принимать, например, на службу’), *un-* (*uncool* ‘расслабленный, неприятный’) и *under-* (*underdog* ‘аутсайдер’, ‘неудачник’), *super-* (*superfly* ‘стильный, впечатляющий’), *mega-* (*mega sleep*). Также отмечается частое использование сленговых слов с прикрепленной частицей *-o*, как например: *kiddo (kid)*, *doggo (dog)*, *kinda (kind of* ‘вроде, как бы’), *freako (freak)* [2, с. 65].

Суффиксация – более широкое явление, чем префиксация, в сленге английского языка [1, с. 202]. Суффиксация наиболее характерна для существительных. Множество суффиксов ведут себя регулярно и присоединяются к стандартным основам для создания новых сленговых выражений, как в слове бездельник – *slacker* (глагол *to slack* + *-er*). Часть суффиксов добавляет к уже существующим словам некоторую иронию или даже издевку, как в словах *bummer* ‘облом’, *cringeworthy* ‘человек или ситуация, вызывающая стыд’. Множество различных вариантов суффиксов используется для создания английских сленговых слов. Наиболее распространенными в английском сленге являются *-core*, *-ification*, *-licious*, *-omatic*, *-dom*, *-ify*, *-age*, например: *drinkage* ‘пьянство’, *chillage* ‘расслабление’, *ear-basher* ‘болтун’, *memeification* ‘превращение слова или фразы в шутку / мем’, *hardcore* ‘что-либо радикальное, жесткое’, *normcore* ‘направление в моде, для которого характерна непритязательная одежда’, *cottagecore* ‘эстетика, идеализирующая сельскую жизнь’, *partylicious* ‘что-либо особенно примечательное или фантастическое’.

В молодежном американском сленге также используются сложные глаголы, которые образованы путем объединения двух существительных: *to sugarcoat* ‘приукрашить (например, неприятную правду)’, начальной формы глагола и существительного: *to brainwash* ‘манипулировать мыслями человека’, *to lollygag* ‘бездельничать’, прилагательного и глагола: *to green-wash* ‘так называемое "зеленое промывание", когда компания делает вид, что их продукты экологически чистые’, *to sweet-talk* ‘уговаривать’ [2, с. 64].

Еще одним часто используемым способом словообразования является звукоподражание, представляющее собой фонологический механизм, имитацию звуковых комплексов. Такая лексика обычно напрямую связана с источниками звука, будь то существа или предметы. Звукоподражательные слова могут быть как глаголами, передающими

производимый звук, так и существительными, и в предложении они выполняют различные синтаксические функции. Они отличаются от междометий тем, что не выражают эмоций и чувств, а также не имитируют специфические природные звуки и ситуации. В отличие от междометий, звукоподражательные слова менее зависят от интонации и контекста, их семантика не требует сопровождения жестами и мимикой, а также не сильно зависит от ситуации и контекста. Выделяются группы звукоподражательных слов в соответствии с различными категориями:

1) имитация голосов животных, птиц и звуков, издаваемых насекомыми (*chirp* ‘чирикание’, *tweet* ‘щебетание’);

2) имитация шумов и звуков природных явлений (*splash* ‘всплеск’, *flutter* ‘звук быстрого движения’, *thud* ‘глухой звук падения’);

3) имитация звуков, издаваемых неодушевленными предметами (*vroom* ‘шум двигателя’, *bang* ‘взрыв’, ‘удар’, *ding dong* ‘звонящий колокольчик’);

4) имитация человеческих звуков (*murmur* ‘бормотание’, *achoo* ‘апчхи!’, *shush* ‘ш-ш, тише!’) [2, с. 61–62].

Кроме того, возможны несколько методов формирования сленгизмов, включая изменение значений, словосложение в комбинации с сокращением и создание уникальных слов для обозначения новых видов деятельности: *frenemy* (*friend* + *enemy*) описывает человека, который представляется другом, но на самом деле таковым не является, *hangry* (*hungry* + *angry*) означает ‘состояние, когда человек становится раздраженным или злым из-за голода’. Пример сочетания значений – слово *greycation* (*grandparents* + *vacation*), означающее ‘приглашение бабушки и дедушки на отдых’.

Новые слова могут возникать для описания новых видов деятельности, как это наблюдается в использовании терминов в социальных сетях, таких как *to follow* или *to friend*. Кроме того, существуют и другие способы создания новых слов, такие как создание их с нуля (например, *gadget*, *scam*, *jazz* и *googol*). Кроме того, названия людей, мест и вещей могут стать основой для создания новых слов, известных как эпонимы. В XX в. названия брендов часто становились обобщенными описаниями, как, например, *hoover*, *kleenex*, *xerox*, *aspirin* и *google*.

Как видим, такие способы словообразования, как аббревиация, аффиксация, сложение слов, звукоподражание, играют ключевую роль в формировании новой лексики, включая жаргонные выражения. Использование сленга отражает различные грамматические приемы для образования новых слов. Английский язык, как известно, является «живым» языком, который постоянно обогащается за счет заимствования новых иностранных слов и изменяется со временем, приобретая новые черты. Эти изменения не разрушительны, а, наоборот, способствуют развитию и популяризации языка в обществе [3, с. 75].

Литература

1 Соловьева, Е. А. Способы образования сленгизмов в современном английском языке: сборник трудов конференции / Е. А. Соловьева // Новое слово в науке: стратегии развития : материалы IV Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Чебоксары, 14 дек. 2022 г.). – Чебоксары : Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2022. – С. 200–203.

2 Тамбовцева, К. Д. Способы словообразования в американском молодежном сленге / К. Д. Тамбовцева // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. – 2015. – № 2. – С. 61–66.

3 Гамов, А. Н. Основные способы формирования лексики сленга в английском языке / А. Н. Гамов // Русистика. – 2016. – № 1. – С. 75.