

УДК 81'276

DOI: 10.37482/2687-1505-V146

ОРЛОВА Наталья Олеговна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Ярославского высшего военного училища противовоздушной обороны. Автор 25 научных публикаций, в т. ч. одной монографии, 5 учебных пособий*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1081-5102>

БОГДАНОВА Оксана Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Ярославского высшего военного училища противовоздушной обороны. Автор 57 научных публикаций, в т. ч. двух монографий, 7 учебных пособий**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6895-4087>

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ СЛЕНГА (на материале русских и американских сленгизмов)

Цель статьи – рассмотреть специфические функции сленга с позиций демонстративности, корпоративности и творческого самовыражения личности. В ходе исследования использовались методы сравнительного и культурологического анализа. В результате проведенной работы были выделены следующие специфические функции сленга: демонстративная, корпоративная и функция творческого самовыражения. Личностная идентификация и социальные взаимоотношения определяют демонстративную функцию сленга, которая особенно проявляется в молодежной среде. Сленгизмы отличаются яркостью и образностью, что вызвано стремлением личности привлечь к себе внимание, выделиться из толпы. В то же время противопоставленность сленга установленному порядку может дать противоположный (отрицательный) эффект при его демонстративном использовании. Через обозначение своей принадлежности к определенной «корпорации» с профессиональной общностью и утверждение права считаться «своим» реализуется корпоративная функция сленга. Незнание специального сленга не позволяет личности полноценно функционировать в пределах определенной «корпорации». Многочисленность сленговых синонимов, а также наличие в сленге целых предложений и фразеологизмов свидетельствуют о творческом потенциале их создателей. В работе приводятся примеры американских и русских сленговых единиц, употребляемых в различных семантических полях, а также примеры сленговой омонимии. Сравнение стилевых синонимов подтверждает, что сленгизмы отличаются от их нейтральных и книжных эквивалентов своей метафоричностью и эмоционально-оценочным началом. По результатам исследования можно сделать вывод об общности сленга с «народным творчеством», в котором проявляются меняющиеся ценностные ориентации современного общества, а также о его лидирующем положении в пласте нелитературной лексики. Вследствие постоянной эволюции сленг представляет собой явление достаточно изменчивое, что позволяет новым сленговым словам и выражениям быстро вливаться в него.

Ключевые слова: функции сленга, личностная идентификация, социальный язык, демонстративность, корпоративность, творческое самовыражение.

*Адрес: 150057, г. Ярославль, просп. Московский, д. 28; e-mail: tashaorlova25@yandex.ru

**Адрес: 150057, г. Ярославль, просп. Московский, д. 28; e-mail: dictema@mail.ru

Для цитирования: Орлова Н.О., Богданова О.Ю. Функциональное назначение сленга (на материале русских и американских сленгизмов) // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2021. Т. 21, № 6. С. 98–104. DOI: 10.37482/2687-1505-V146

Как известно, любой литературный язык выполняет определенные функции, например служит средством коммуникации, передачи и получения информации; являясь частью общенационального языка, сленг, естественно, выполняет те же общеизвестные функции, что и язык в целом [1, 2]. Проблематике функционального назначения сленга посвящены работы многих лингвистов, специализирующихся в данной научной области [3–5], в т. ч. и молодых исследователей, проявляющих особый интерес в изучении проблем современного сленга [6–8]. Несмотря на некоторые трудности в определении критериев отделения сленга от жаргона, коллоквиализмов и диалектизмов, сленг, несомненно, является активной составляющей разговорного языка. Ярко выраженная эмоционально-оценочная окраска, образность и языковая игра сленга позволяют реализовать ряд специфических функций [9, 10].

Как отмечает Э.М. Береговская, сленг в той или иной степени характеризуется депрециативностью и доминированием репрезентативной функции [11]. Мы выделяем следующие функции сленга: *демонстративная, корпоративная, функция творческого самовыражения*. Принципиальное отличие указанных функций сленга от традиционно-определяемых (коммуникативной, когнитивной, номинативной, экспрессивно-мировоззренческой и идентификационной) обуславливает научную новизну данного исследования.

Демонстративная функция сленга особенно ярко проявляется в молодежной среде. Очевидно, что именно в юношеском возрасте использование сленговых выражений молодыми людьми объясняется их потребностью в самовыражении и понимании со стороны своих сверстников. Стремление человека выделиться из толпы, привлечь к себе внимание обуславливает активное употребление сленга в речи. Будучи яркими, образными, фамильярными, сленгизмы позволяют молодому человеку зашифровать свою речь, создать эффект новизны в попытке стать непохожим на других, проявить индивидуальность.

В частности, для реализации данной цели современные русские подростки и молодые люди активно используют сленгизмы, заимствованные из английского языка: *шеймить* – стыдить (от англ. shame – стыд), *лузер* – неудачник (от англ. loser – неудачник), *чекать* – смотреть, проверять (от англ. check – проверять).

Безусловно, не только социальные взаимоотношения являются сферой использования сленга в речи [12, с. 175]. Личностная идентификация человека, употребляющего сленг, представляет собой важную характеристику исследуемого феномена, поскольку, используя сленгизмы, человек позиционирует себя в своей социальной группе [13, 14]. Однако демонстративное использование сленгизмов может дать противоположный (отрицательный) эффект и вызвать негативную реакцию собеседников при общении с представителями более высокого образовательного или социального статуса [15]. При этом происходит нарушение социальной дистанции между участниками коммуникативного акта. Примерами подобных ситуаций могут послужить выступления участников на конференциях с научными докладами или ответы студентов на экзаменах, предполагающих использование литературного языка. Поскольку сленг отличается своей противопоставленностью установленному порядку, его использование может выглядеть оскорбительным и вызывающим – от легкой непочтительности до откровенного хамства [16]. Следовательно, сленговые фразы должны употребляться уместно и не выходить за рамки этикета и приличия.

В среде специального сленга реализуется его *корпоративная функция*, что происходит в результате обозначения принадлежности говорящего к той или иной «корпорации», с которой его связывает профессиональная общность, при этом незнание специального сленга выталкивает говорящего за пределы данной «корпорации». Идеологический кругозор конкретных социальных коллективов воплощается через «социальные языки», соответственно, каждый индивид должен самостоятельно пробираться через смысловую среду данного языка с целью достижения своего смысла и своей экспрессии.

Так, например, участник речевого акта в среде «компьютерщиков» может испытывать трудности в коммуникации, не владея значениями определенных слов: *аттач* – прикрепляемый файл; *админ* – администратор; *инсталлировать* – устанавливать какую-либо программу; *айтишник* – специалист в области информационных технологий; *серфить* – просматривать Интернет в поиске информации¹. Подобная ситуация может сложиться и при общении с американскими полицейскими, в профессиональной сфере которых употребляются следующие сленгизмы: *frequent flyer* – человек, которого часто арестовывают; *organ donor* – мотоциклист без шлема; *zebra* – сержант, которого недолюбливают; *cue ball* – преступник с бритой головой; *cage* – изолятор².

Для многих исследователей в области сленга огромную трудность вызывает объяснение мотивации образования, а также скрытой семантики специальных сленгизмов [17, с. 113]. При этом корпоративная функция специального сленга позволяет специалистам чувствовать себя представителями замкнутого сообщества и понимать друг друга с полуслова. Из-за незнания реалий и интересов той или иной социальной или профессиональной группы и специфики ее работы процесс общения непрофессионала в конкретной профессиональной языковой среде может быть затруднен.

Корпоративная функция сленгизмов подтверждается и тем фактом, что одна и та же сленговая единица употребляется в различных «корпорациях» в разных значениях (назовем это «сленговой омонимией»). Каждая «корпорация» дает собственную «расшифровку» одного и того же сленгового слова, используя в качестве основы различные ассоциативные признаки, что в результате приводит к вариативности существующих значений сленгизма. Рассмотрим варианты значений слов на примере американского сленга [18]:

juice – 1) электричество (общий сленг); 2) вино (молодежный сленг); 3) стероиды, анаболики (медицинский сленг); 4) политическое влияние (политический сленг);

dust – 1) уехать, покинуть (общий сленг); 2) выиграть (спортивный сленг); 3) сделать сигарету из порошкового наркотика (сленг наркоманов); 4) убить кого-либо (сленг преступников);

shot – 1) небольшая порция крепкого алкоголя (общий сленг); 2) попытка (молодежный сленг); 3) инъекция наркотика (сленг наркоманов); 4) запуск ракеты (военный сленг).

Примеры сленговой омонимии можно также найти и в русском сленге [19]:

колоться – 1) признаваться (общий сленг); 2) назойливо приставать (молодежный сленг); 3) вводить наркотик внутривенно (сленг наркоманов);

батон – 1) отец (молодежный сленг); 2) дубинка (сленг полицейских); 3) клавиша (компьютерный сленг);

ручник – 1) ручной тормоз (общий сленг); 2) глупый, несообразительный человек (молодежный сленг); 3) самодельный световой силовой распределитель с клавишами (сленг музыкантов).

Изучению творческого аспекта языка посвящены работы многих исследователей. Творческий потенциал изначально заложен в языке, соответственно, каждый акт говорения представляет собой творческий процесс [20, с. 156]. Речь также рассматривается в качестве канала, через который человеческая практика проникает в язык, фиксируется в нем и полностью поступает в распоряжение субъекта [21, с. 158]. Являясь феноменом преимущественно устной речи, сленг выступает в качестве одного из наиболее показательных пластов нелитературной лексики. В результате, *функция сленга как способа творческого самовыражения* позволяет взглянуть на сленг в ином ракурсе, представив его в качестве элемента словотворчества

¹Словарь программиста. Сленг, который должен знать каждый кодер. URL: <https://ravesli.com/slovar-programmista-sleng-kotoryj-dolzhen-znat-kazhdyj-koder/> (дата обращения: 06.06.2021).

²Полицейский жаргон. URL: <https://lingvistov.ru/blog/spoken-english/police-slang/> (дата обращения: 07.06.2021).

[22, с. 54]. У человека, не чувствующего влияние литературной нормы и не сдерживаемого рамками правил, появляется возможность создавать «собственный язык», а также изобретать новые слова для обозначения реалий своей жизни [23]. В отличие от официального литературного языка сленг достаточно выразителен и оригинален, что характеризует его стремление «ничего не принимать всерьез» [24, с. 194]. В этом легко убедиться, если сопоставить сленгизмы с их нейтральными и книжными эквивалентами:

- американские: *to give smb props* (сленговое) – *to show respect* (нейтральное) – *to exalt* (книжное); *to diss* – *to yell at* – *to scold*; *to bounce* – *to leave* – *to departure*;

- русские: *батл* (сленговое) – *соревнование* (нейтральное) – *поединок* (книжное); *отрубиться* – *заснуть* – *погрузиться в сон*; *хайтить* – *унижать* – *втаптывать в грязь*.

При сравнении данных стилевых синонимов становится очевидным, что сленговые эквиваленты отличаются новизной и оригинальностью. В них также практически отсутствуют торжественность и высокопарность, а метафоричность и эмоционально-оценочное начало делают их привлекательными для говорящих.

Однако как в американском, так и в русском сленге существуют словосочетания, не имеющие соответствий в других пластах лексики. Следовательно, требуется использовать описательные выражения для объяснения таких сленговых лексических единиц. Приведем примеры из американского сленга: *chairdobe* – стул, который используется в качестве вешалки, шкафа; *bedgasm* – удовольствие, которое испытывает человек, наконец добравшись до кровати в конце рабочего дня. В русском сленге также есть подобные примеры: *лайкать* – ставить оценку «нравится» под публикациями или фотографиями в сети; *краш* – человек, который вам нравится, к которому вы испытываете симпатию. Специфика данных сленгизмов заключается в том, что они определяют понятия, которые в литературном языке передаются лишь с помощью свободных словосочетаний.

Наличие в сленге, помимо отдельных слов, целых предложений и фразеологизмов подтверждает тот факт, что сленг является способом проявления творческих способностей человека. Как в американском, так и в русском сленге есть ряд предложений и фразеологизмов, которые воспроизводятся как уже готовые единицы языка:

- американский сленг: *What's cooking?* (Как дела?); *What's eating on?* (Что мучает?); *That's the ticket* (То, что надо);

- русский сленг: *быть в теме* (*быть в курсе*) – быть в курсе дела; *без базара* – без лишних слов, обсуждения; *еперный театр* (выражение недовольства, раздражения).

Проведенный в настоящей работе анализ некоторых сленгизмов позволяет сделать вывод о том, что сленг имеет общие черты с «народным творчеством», а его лексические единицы роднят данный феномен с фольклором. Одной из характеристик сленга является его изменчивость: вследствие постоянной эволюции в него очень быстро вливаются новые слова и выражения. Появление новых сленгизмов не означает, что возникшие ранее сленговые слова перестают функционировать. Со временем снижается частотность употребления некоторых сленговых выражений в речи, поскольку появляются их более выразительные эквиваленты. Постоянно «изобретаются» сленговые неологизмы, которые отражают новые тенденции моды и установки того или иного коллектива. В данных сленгизмах проявляются меняющиеся ценностные ориентации современного общества.

Творческий потенциал и талант личности говорящих отражаются в словарях современного сленга. Подобные словари являются документом времени, в котором фиксируется языковой вкус эпохи, а также социальные и технологические процессы, порождаемые внеязыковыми обстоятельствами. Таким образом, рассмотренные выше функции позволяют утверждать, что сленг занимает лидирующее место среди групп нелитературной лексики и является органической частью системы национального языка в целом.

Список литературы

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
2. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальная картина мира. Воронеж: Истоки, 2003. 58 с.
3. Булаева Н.Е., Медведев М.И. О роли сленга в современном английском языке // Университет XXI века: Научное измерение: материалы науч. конф. науч.-пед. работников, аспирантов, магистрантов ТГПУ им. Л.Н. Толстого. Тула: Тул. гос. пед. ун-т им. Л.Н. Толстого, 2019. С. 385–387.
4. Грубин И.В. Сленг в американском английском языке, общий обзор // Современные проблемы гуманитарных и естественных наук: материалы XXXV междунар. науч.-практ. конф. (27–28 июня 2017 г.). М.: Ин-т стратег. исследований: Перо, 2017. С. 80–84.
5. Крупина О.Г. Значение сленга в английском языке // Вектор развития современной науки: XXX Междунар. науч.-практ. конф. (25 января 2018 г.). М.: Олимп, 2018. С. 29–30.
6. Князева Д.А., Чигина Н.В. Особенности сленга в английском языке // Инновационная наука. 2016. № 11-2. С. 108–110.
7. Жогло Ю.А. Вариативность передачи на русский язык функциональных вариантов английского компьютерного сленга // Языковая личность и перевод: сб. материалов II Межвуз. науч.-образоват. форума молодых переводчиков (Минск, 5–6 дек. 2017 г.). Минск: Изд. центр БГУ, 2018. С. 46–49.
8. Руденко М.В., Кисель В.С. Современный английский сленг и его влияние на русский язык // Язык и культура: сб. науч. тр. IV Респ. науч. конф. (14 ноября 2018 г.). Макеевка: Донбас. нац. акад. строительства и архитектуры, 2018. С. 46–48.
9. Дунаевская Т.А. Структурные и семантические особенности экспрессивно-коллоквиальной лексики в современных английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук. Череповец, 2005. 298 с.
10. Валеева Н.Т. О деархаизирующей функции жаргонного словообразования в современном русском языке // Агрессия в языке и речи / под ред. И.А. Шаронова. М.: РГГУ, 2004. С. 165–173.
11. Береговская Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование // Вопр. языкознания. 1996. № 3. С. 32–41.
12. Jay T. Why We Curse: A Neuro-Psycho-Social Theory of Speech. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2000. 328 p.
13. Сусяков Т.Д., Сусякова О.Н., Лысенкова Е.Ю. Сленг как явление современного общества // Науч.-метод. электрон. журн. «Концепт». 2016. Т. 12. С. 26–30. URL: <http://e-koncept.ru/2016/46206.htm> (дата обращения: 31.05.2021).
14. Шуминов И.Р. Сленг как лингвокультурный феномен // Инновации и перспективы современной науки. Филологические науки: материалы конф. (Астрахань, 9 января – 31 декабря 2018 г.). Астрахань: Изд. дом «Астрах. ун-т», 2018. С. 93–97.
15. Мельникова А.А. Язык и национальный характер: Взаимосвязь структуры языка и ментальности. СПб.: Речь, 2003. 320 с.
16. Гамов А.Н. Сравнительный анализ общего и специального сленга в макросистеме английского просторечия // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. № 1. С. 151–163.
17. Орлова Н.О., Богданова О.Ю., Крамаренко О.Л., Мошкина Ю.В. Лексико-семантические поля американского и русского сленга // Казан. наука. 2021. № 5. С. 112–114.
18. Spears R. NTC's Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions. Chicago: NTC Publishing Group, 2000. 560 p.
19. Никитина Т.Г. Молодежный сленг: Толковый словарь: более 12 000 слов; свыше 3000 фразеологизмов. М.: Астрель: АСТ, 2004. 912 с.
20. Потебня А.А. Слово и миф. М.: Правда, 1989. 622 с.
21. Звегинцев В.А. Язык и лингвистическая теория. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 248 с.
22. Орлова Н.О. Сленг как способ творческого самовыражения // Иностр. языки в высш. шк. 2011. № 1(16). С. 53–57.
23. Данилова М.Э. Способы образования сленговых единиц // Вестн. образоват. консорциума «Среднерус. ун-т». Сер.: Гуманит. науки. 2018. № 12. С. 87–92.
24. Partridge E. Slang Today and Yesterday: With a Short Historical Sketch and Vocabularies of English, American and Australian Slang. N. Y.: Barnes and Noble, Inc., 1979. 476 p.

References

1. Karasik V.I. *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Volgograd, 2002. 477 p.
2. Popova Z.D., Sternin I.A. *Yazyk i natsional'naya kartina mira* [Language and National Worldview]. Voronezh, 2003. 58 p.
3. Bulaeva N.E., Medvedev M.I. O roli slenga v sovremennom angliyskom yazyke [On the Role of Slang in Contemporary English]. *Universitet XXI veka: Nauchnoe izmerenie* [University of the 21st Century: Scientific Dimension]. Tula, 2019, pp. 385–387.
4. Grubin I.V. Sleng v amerikanskom angliyskom yazyke, obshchiy obzor [Slang in American English: A General Overview]. *Sovremennyye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk* [Current Problems of the Humanities and Natural Sciences]. Moscow, 2017, pp. 80–84.
5. Krupina O.G. Znachenie slenga v angliyskom yazyke [The Meaning of Slang in the English Language]. *Vektor razvitiya sovremennoy nauki* [Vector of Development of Modern Science]. Moscow, 2018, pp. 29–30.
6. Knyazeva D.A., Chigina N.V. Osobennosti slenga v angliyskom yazyke [Features of Slang in the English Language]. *Innovatsionnaya nauka*, 2016, no. 11-2, pp. 108–110.
7. Zhoglo Yu.A. Variativnost' peredachi na russkiy yazyk funktsional'nykh variantov angliyskogo komp'yuternogo slenga [Variations in Translating Functional Equivalents of English Computer Slang into Russian]. *Yazykovaya lichnost' i perevod* [Linguistic Personality and Translation]. Minsk, 2018, pp. 46–49.
8. Rudenko M.V., Kisel' V.S. Sovremennyy angliyskiy sleng i ego vliyanie na russkiy yazyk [Contemporary English Slang and Its Influence on the Russian Language]. *Yazyk i kul'tura* [Language and Culture]. Makeevka, 2018, pp. 46–48.
9. Dunaevskaya T.A. *Strukturnye i semanticheskie osobennosti ekspressivno-kollokvial'noy leksiki v sovremennykh angliyskom i russkom yazykakh* [Structural and Semantic Features of Expressive Colloquial Vocabulary in Contemporary English and Russian: Diss.]. Cherepovets, 2005. 298 p.
10. Valeeva N.T. O dearkhaiziruyushchey funktsii zhargonnoy slovoobrazovaniya v sovremennom russkom yazyke [On the De-Archaizing Function of Slang Word Formation in Contemporary Russian]. Sharonov I.A. (ed.). *Agressiya v yazyke i rechi* [Aggression in Language and Speech]. Moscow, 2004, pp. 165–173.
11. Beregovskaya E.M. Molodezhnyy sleng: formirovanie i funktsionirovanie [Youth Slang: Formation and Functioning]. *Voprosy yazykoznaniiya*, 1996, no. 3, pp. 32–41.
12. Jay T. *Why We Curse: A Neuro-Psycho-Social Theory of Speech*. Philadelphia, 2000. 328 p.
13. Suslyakov T.D., Suslyakova O.N., Lysenkova E.Yu. Sleng kak yavlenie sovremennogo obshchestva [Slang as a Phenomenon of Modern Society]. *Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal "Kontsept"*, 2016, vol. 12, pp. 26–30. Available at: <http://e-koncept.ru/2016/46206.htm> (accessed: 31 May 2021).
14. Shuminov I.R. Sleng kak lingvokul'turnyy fenomen [Slang as a Linguocultural Phenomenon]. *Innovatsii i perspektivy sovremennoy nauki. Filologicheskie nauki* [Innovations of and Prospects for Modern Science. Philology]. Astrakhan, 2018, pp. 93–97.
15. Mel'nikova A.A. *Yazyk i natsional'nyy kharakter: Vzaimosvyaz' struktury yazyka i mental'nosti* [Language and National Character: The Relationship Between the Structure of Language and Mentality]. St. Petersburg, 2003. 320 p.
16. Gamov A.N. Sravnitel'nyy analiz obshchego i spetsial'nogo slenga v makrosisteme angliyskogo prostorechiya [A Comparative Analysis of General Slang in the Macrosystem of Sub-Standard English]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Ser.: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika*, 2016, no. 1, pp. 151–163.
17. Orlova N.O., Bogdanova O.Yu., Kramarenko O.L., Moshkina Yu.V. Leksiko-semanticheskie polya amerikanskogo i russkogo slenga [Lexico-Semantic Fields of American and Russian Slang]. *Kazanskaya nauka*, 2021, no. 5, pp. 112–114.
18. Spears R. *NTC's Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions*. Chicago, 2000. 560 p.
19. Nikitina T.G. *Molodezhnyy sleng: Tolkovyy slovar': bolee 12 000 slov; svyishe 3000 frazeologizmov* [Youth Slang: Explanatory Dictionary: Over 12,000 Words; Over 3000 Phraseological Units]. Moscow, 2004. 912 p.
20. Potebnja A.A. *Slovo i mif* [Word and Myth]. Moscow, 1989. 622 p.
21. Zvegintsev V.A. *Yazyk i lingvisticheskaya teoriya* [Language and Linguistic Theory]. Moscow, 2001. 248 p.
22. Orlova N.O. Sleng kak sposob tvorcheskogo samovyrazheniya [Slang as a Means of Creative Self-Expression]. *Inostrannyye yazyki v vysshey shkole*, 2011, no. 1, pp. 53–57.

23. Danilova M.E. Sposoby obrazovaniya slengovykh edinit [Means of Slang Unit Formation]. *Vestnik obrazovatel'nogo konsortsiuma "Srednerusskiy universitet"*. Ser.: *Gumanitarnye nauki*, 2018, no. 12, pp. 87–92.

24. Partridge E. *Slang Today and Yesterday: With a Short Historical Sketch and Vocabulary of English, American and Australian Slang*. New York, 1979. 476 p.

DOI: 10.37482/2687-1505-V146

Natal'ya O. Orlova

Yaroslavl Higher Military Institute of the Air Defense;
prosp. Moskovskiy 28, Yaroslavl, 50057, Russian Federation;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1081-5102> e-mail: tashaorlova25@yandex.ru

Oksana Yu. Bogdanova

Yaroslavl Higher Military Institute of the Air Defense;
prosp. Moskovskiy 28, Yaroslavl, 50057, Russian Federation;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6895-4087> e-mail: dictema@mail.ru

THE FUNCTIONAL PURPOSE OF SLANG (Based on Russian and American Slangisms)

The purpose of this article was to identify the specific functions of slang from the standpoint of demonstrativeness, corporatism, and individual creative self-expression. The methods of comparative and cultural analysis were used. As a result, the following specific functions of slang were singled out: demonstrative, corporate, and the function of creative self-expression. Personal identification and social relationships determine the demonstrative function of slang, which is more pronounced in the speech of young people. Slangisms are distinguished by their vividness and imagery, which is caused by the desire of the individual to attract people's attention and stand out from the crowd. At the same time, the opposition of slang to the established order can have a negative effect, when used ostentatiously. The corporate function of slang is fulfilled by indicating one's belonging to a certain professional community and asserting one's right to be considered as "one of us". Ignorance of special slang hinders a person from fully functioning within a certain "corporation". The abundance of slang synonyms, as well as the presence of whole sentences and phraseological units in slang, testifies to the creative potential of their inventors. This article provides examples of American and Russian slang units used in various semantic fields, as well as examples of slang homonymy. Comparison of stylistic synonyms confirms the fact that slangisms differ from their neutral and bookish equivalents due to their metaphorical as well as emotional and evaluative nature. The results of the study allow us to conclude that slang has much in common with folk art, in which the changing value orientations of modern society are manifested. We also found that slang holds a dominant position in the framework of non-standard lexicon. Due to the continuous evolution, slang is a rather volatile phenomenon that allows new words and expressions to quickly enter the vocabulary.

Keywords: *functions of slang, personal identification, social language, demonstrativeness, corporatism, creative self-expression.*

Поступила 09.07.2021

Принята 15.12.2021

Received 9 July 2021

Accepted 15 December 2021

For citation: Orlova N.O., Bogdanova O.Yu. The Functional Purpose of Slang (Based on Russian and American Slangisms). *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta*. Ser.: *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2021, vol. 21, no. 6, pp. 98–104. DOI: 10.37482/2687-1505-V146