

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ АНТРОПОНИМИЧЕСКИХ СЛЕНГИЗМОВ В МОЛОДЕЖНОМ ДИСКУРСЕ

О.С. Зубкова

*Доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры иностранных языков и профессиональной коммуникации
e-mail: olgaz4@rambler.ru*

Э.А. Зверева

*Ассистент кафедры русского языка для иностранных граждан
e-mail: urban044@mail.ru*

Курский государственный университет

Данная статья посвящена описанию особенностей функционирования прецедентных антропонимических сленгизмов в молодежном дискурсе. Рассматривается определение прецедентного имени в отношении к сленгу, делается вывод о том, что изучение прецедентного имени собственного невозможно в отрыве от дискурса, следовательно, характеристики прецедентных антропонимов обусловлены особенностями дискурса. Определяются ведущие сферы-источники прецедентности в сленге, среди которых особенно выделяется политика и популярная культура, находящиеся в фокусе интересов молодежи. Авторы акцентируют внимание на специфике использования прецедентных имен в речи молодежи, особенно выделяя кратковременность, связанную с реактивностью распространения информации в современном мире; высокую оценочность, придаваемую прецедентному имени для передачи идеи в более яркой форме, а также интернациональный характер, что обусловлено стремительным распространением электронного общения. Сделан вывод о том, что экспансия прецедентности в молодежном дискурсе способствует его развитию и обновлению.

Ключевые слова: *молодежный дискурс, сленг, антропонимы, прецедентность.*

В современном молодежном сленге особое место занимают прецедентные антропонимы. Они активно используются молодыми людьми для общения в качестве символов и знаков современности. Необходимо отметить, что в каждой отдельно взятой лингвокультуре существуют уникальные прецедентные антропонимы, которые репрезентируют знания и представления, функционирующие в рамках определенной картины мира. Для того чтобы адекватно интерпретировать такие языковые явления, необходимо понимать контекст данной культуры. Ю.В. Филиппова, рассматривая актуализацию личностных характеристик коммуникантов в контексте диалога культур, отмечает, что «каждый из нас воспринимает происходящее с точки зрения тех взглядов, представлений и ценностей, воспитанных культурой, в которой он вырос. Поэтому многое

из того, что нам кажется естественным, для представителей других культур оказывается непонятным» [Филиппова 2008: 133].

Термин «прецедентность» был впервые предложен Ю.Н. Карауловым, далее разработан В.В. Красных, Д.Б. Гудковым, Е.А. Нахимовой, Ю.Е. Прохоровым и их последователями. Это широко известные имена собственные, которые в своей коннотативной функции используются в тексте не для обозначения конкретного человека, а в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств. Таким образом, важной составляющей прецедентного антропонима является его «обобществление», то есть данное имя должно быть широко узнаваемо большинством представителей лингвокультурного сообщества. Тем не менее Е.А. Нахимова ставит под сомнение данное утверждение, говоря о том, что «интеллектуальный и культурный уровень граждан, сферы их интересов настолько различны, что выдвижение критерия общеизвестности при выявлении прецедентных феноменов представляется весьма непредусмотрительным» [Нахимова 2007: 108]. Именно поэтому мы считаем, что изучение данного языкового феномена в контексте определенного дискурса представляется нам вполне логичным.

Специфика функционирования прецедентных антропонимов в языке определяется социальным стратом, в котором они используются, поскольку «иногда различия между разными языковыми картинками мира внутри одного языка оказываются больше, чем межъязыковые различия» [Шмелев 2002: 15]. Это значит, что использование прецедентного антропонима социально маркировано, то есть обусловлено той общественной средой, в которой оно нашло применение. В данной статье мы будем рассматривать прецедентные антропонимы, ставшие сленгизмами в молодежном дискурсе.

Если мы обратимся к молодежному дискурсу, то это тексты, использующиеся молодыми людьми преимущественно в интернете. Поскольку тексты молодежного дискурса в сети обладают большой степенью интерактивности, то они создают предпосылки для создания новых прецедентных имен. Это связано в первую очередь с развитием средств передачи информации. Развитие массовой информации и ее трансформация в массовую коммуникацию непосредственно связаны с эволюцией человечества: каждая новая историческая эпоха наступает параллельно с возникновением новых форм обращения к массовой аудитории. Как пишет Е.А.Нахимова, «чем дальше прогрессирует общество, тем быстрее развивается коммуникация. Современный этап развития человечества отличается от предшествующих этапов интенсификацией межличностного и межсоциального общения в национальном или интернациональном пространстве. Самый главный признак этого этапа – это стремительное развитие массовой коммуникации, то есть возможностей для диалогического общения на

расстоянии с использованием современных технических средств» [Нахимова 2007: 17]. Вслед за данным исследователем мы также полагаем, что «функции прецедентных феноменов, используемых в массовой коммуникации, будут тесно связаны с особенностями именно этого дискурса» [Нахимова 2007: 23]. Нужно отметить, что новые антропонимические сленгизмы пополняют и обновляют когнитивную базу молодежи довольно быстро, поскольку, как нам представляется, «формирование и функционирование мыслительных образов, фиксирующих особенности предметов/объектов окружающей действительности и способствующих установлению взаимосвязей элементов целого внутри системы, обеспечивается семиотическими и когнитивными составляющими. Суть принципа системности заключается в учёте всех составляющих, влияющих на целостность языкового знака, на его функционирование и развитие» [Зубкова 2012: 22]. Подчеркнём, что формирование молодёжного сленга регулируется метафорической проекцией между исходным доменом и целевым, предопределяя структурирование индивидуального лексикона и расширяя пространство тезауруса носителя языка. Динамичность концептуальной интеграции зависит от распространения информации в сети, её восприятия и обработки, что проецируется в языковом поле в виде кратковременности антропосленгизмов. Данная особенность исследуемого феномена соответствует стабилизации когнитивной сети на более высоком уровне, не исчерпывая её возможности, но создавая множественные проекции. Именно в силу данных обстоятельств, антропосленгизмы существуют чрезвычайно короткое время, и их вероятность перейти в категорию аллюзивных имен (если их коннотативное значение приобрело устойчивый характер, закреплено в лексикографических источниках и проявляет тенденцию к переходу в нарицательные имена) очень мала. Такие антропонимы-сленгизмы крайне редко переходят в категорию нарицательных имен, включенных в толковые словари. Это связано с тем, что молодежь является частью населения, наиболее реактивно реагирующей на сдвиги в обществе. Все самые последние изменения фиксируются в СМИ и интернете, а главными потребителями информации сегодня являются молодые люди, следовательно, именно язык молодежи наиболее остро и живо реагирует на все потрясения. Именно поэтому весьма большое количество прецедентных сленгизмов-антропонимов погружены в контекст современной действительности. Так, например, еще недавно молодёжный дискурс изобиловал сленгизмами на тему пандемии коронавирусной инфекции:

Ковид-диссиденты – люди, отрицающие наличие коронавирусной инфекции.

Коронафейки – лживые новости об инфекции, появляющиеся на фоне общей тревожности по поводу заболевания.

Зумиться – общаться в сервисе для видеозвонков Zoom.

Корониалы – дети, зачатые в период пандемии.

Однако сегодня общественная повестка сместилась в область геополитики, что, несомненно, нашло отражение в языке подростковой среды. Сегодня мы можем обнаружить множество антропонимов-сленгизмов, апеллирующих к именам собственным, связанным с политической повесткой:

Макронить – звонить кому-либо по любому поводу несколько раз в день.

Откадырить – жестко отреагировать на человека, выразившегося неуместно.

Байдануть – произнести глупость.

В данных примерах с помощью прецедентного имени происходит комическое описание обыденных действий с целью более яркой демонстрации своей мысли.

Еще одной особенностью прецедентных имен в молодежном дискурсе является то, что они в наибольшей степени отражают и определяют ценностные ориентации лингвокультурного сообщества, задавая шкалу ценностных ориентаций и моделей социального поведения внутри определенного лингвокультурного сообщества, в нашем случае, внутри социальной группы молодых людей. Характерно, что прецедентные антропонимы в молодежном сленге обычно представлены именами героев из различных сфер-источников (среди которых популярная культура, литература, политика и т.д.), которые выступают своеобразным стереотипом поведения для представителей молодежи. Они являются национальным символом, аккумулирующим наиболее актуальные для данной эпохи культурные представления. Такие прецедентные имена часто оценочны и призваны для того, чтобы создать у собеседника яркий образ. Так, например, ставшие оценочными сленгизмы-антропонимы «бузова», «моргенштерн», характеризуют явление или личность с отрицательной стороны, поскольку соотносятся с такими представлениями, как «глупость», «стремление к ажиотажу». Изучая интернет-форумы, натываясь на высказывания пользователей в сети, просматривая ролики видеоблогеров, мы видим, что нередко антропонимы-сленгизмы дают социальную оценку, отражая аксиологический аспект. Из этого следует, что прецедентные антропонимы могут быть использованы для того, чтобы нарисовать положительный или негативный портрет той или иной личности. Однако, в отличие от политического дискурса, в котором, как пишет Н.И. Клушина, «оценочные

метафоры призваны организовать общественное мнение, создать у адресата нужный адресанту яркий зримый образ, суггестивно влияющий на восприятие информации под заданным углом зрения» [Клушина 2001: 5], в молодежном дискурсе нет интенции намеренно манипулировать сознанием подростков при помощи прецедентных имен. Употребление последних с той или иной окраской происходит естественно в ответ на происходящие изменения в обществе. Так, например, мы можем проследить трансформацию прецедентного имени «Тимати». В начале творческого пути (2004–2006 г.) было распространено метафорическое использование данного имени собственного для обозначения в переносном смысле человека, связанного с хип-хоп культурой, иконой стиля и главного примера для подражания для молодых людей. В сети можно найти такие высказывания в этот период «Кто не знает Тимати? Тимати знают все!» Основания для придания этому имени такого значения ясны, поскольку указанный человек в данный период времени стал главным героем масс-медийного дискурса. Однако с течением времени данный персонаж приобрел карикатурный образ. Ввиду избытка броской одежды и постоянной перемены имиджа, за данным прецедентным именем закрепился образ постоянно подстраивающегося под изменения моды человека. Пристрастие этого представителя популярной культуры к кричащим логотипам и смена образов – первые ассоциации, возникающие у молодых людей. Можно встретить в сети такие комментарии:

«Татарин-негр-чеченец-еврей. Куда дальше будет эволюционировать?»)»
[ВКонтакте [http](http://vk.com)].

«Он как флюгер – куда ветер дует, туда и поворачивается»
[ВКонтакте [http](http://vk.com)].

Рассмотренные примеры свидетельствуют о том, что прецедентные антропонимы-сленгизмы имеют высокую степень оценочности: чем больше событий связано с известным среди молодежи персонажем, тем больше эмоций (положительных или отрицательных) он вызывает.

Вместе с тем по нашим наблюдениям можно сказать о том, что такие оценочные суждения зачастую носят субъективный характер в молодежном дискурсе в зависимости от того, какой признак выделяет говорящий. Анализируя использование того же прецедентного имени «Тимати» в сленге молодежи, мы видим, что молодые люди по-разному интерпретируют данное имя собственное, демонстрируя оценку от положительной до крайне отрицательной. При анализе денотативного значения прецедентного имени, как правило, существует возможность выявить, какой именно признак оказывается выделенным, акцентированным в данном контексте. Например, в статье одного известного онлайн-ресурса мы можем встретить такое описание известного поп-исполнителя:

«В свои 34 года Тимати любящий и заботливый отец трехлетней Алисы Юнусовой» [Эволюция образов... [http](#)].

Из данной цитаты становится ясно, что акцентирован дифференциальный признак, указывающий на Тимати, как на примерного семьянина. В другой статье, целевой аудиторией которой также являются молодые люди, мы видим следующее описание:

«Можно даже сыграть в игру: кто за минуту на странице Тимати отыщет больше вещей Louis Vuitton и Gucci. Впрочем, внушительная борода и интеллигентные очки Тимати намекают, что шутить он не намерен» [Эволюция:...[http](#)].

Показательно, что в данном высказывании значение антропонима приобретает ироничную окраску, демонстрируя пренебрежительное отношение к музыканту. Мы наблюдаем в данных контекстах почти полярные представления об одном и том же прецедентном имени, что связано с разнообразием дифференциальных признаков, которые могут нейтрализоваться или наоборот гипертрофироваться в зависимости от отношения говорящего.

Таким образом, представления, связанные с прецедентным именем, редуцированы. Это значит, что в прецедентном имени вычленяется лишь весьма ограниченный набор признаков феномена при отбрасывании остальных как несущественных.

Приведем в качестве примера еще один сленгизм «ургантриот», обозначающий человека, который ощущает патриотизм только в случае непосредственной выгоды для себя. Как мы видим, данная лексема образована путем деривации от имени собственного «Ургант». В этом случае имя известного телеведущего редуцируется до двух позиций: «патриот» и «выгода». Из прецедентного имени выбираются наиболее существенные признаки и формируются минимизированные редуцированные представления об имени. Надо отметить, что личность телеведущего на самом деле более сложная, но в когнитивной базе существенными признаками на данном историческом этапе развития общества являются именно те, которые отражают текущую политическую ситуацию, все остальные составляющие этого образа минимизируются. Как показывает практика, со временем данные сленгизмы теряют свою значимость по мере изменения общественных событий и смещаются к периферии когнитивной базы лингвокультурного сообщества.

Отметим также, что еще одной специфической чертой прецедентных антропонимических сленгизмов является их интернациональный характер. Еще недавно считалось, что за каждым прецедентным феноменом стоит особое представление, которое было принято называть национально-детерминированным минимизированным представлением [Гудков 1999: 23]. Однако, сегодня, после свершения так называемой «мобильной революции», то есть момента, когда интернет стал

повсеместно доступен в любой момент времени, мы можем говорить о том, что в языке молодежи появляется все больше и больше прецедентных имен, широко известных не только в отдельно взятой национальной лингвокультуре, но входящих в когнитивную базу представителей большего числа языковых сообществ. Это стало возможным благодаря тому, что молодежный дискурс переместился из физического мира непосредственных контактов в мир виртуальной коммуникации, что разрывает все предыдущие шаблонные представления о том, что коммуниканты должны быть привязаны к одной и той же конкретной точке пространства.

Так, например, в социальных сетях зачастую можно встретить упоминания одних и тех же прецедентных имен в метафорическом смысле в похожих контекстах. Как правило, эти имена собственные принадлежат звездам Голливуда или американского шоу-бизнеса, что связано с «экспансией английского языка во все лингвокультуры и подавлением национальных культур американизированной массовой культурой («культурой Голливуда»)» [Нахимова 2007: 6]. Таким образом, сферой-источником таких имен, как правило, выступает масс-медиа, так как подростки, обсуждая тот или иной вопрос, обращаются к той сфере, которая наиболее им близка.

Так, например, в социальных сетях под фотографиями девушек с выдающимися формами можно увидеть комментарии:

«*Да ты настоящая Кардашьян!*» [ВКонтакте [http](#)].

«*Фигура как у Ким!*» [ВКонтакте [http](#)].

В статьях популярных среди подростков онлайн-изданий мы также можем встретить такие примеры:

«*Русская Ким Кардашьян родом из Калининграда Анастасия Квитко вновь удивила своих подписчиков*» [Великолепие и красота...[http](#)].

Аналогичные ремарки «представляют своеобразную вербальную проекцию спрессованного социально-культурного опыта» [Зубкова 2008: 132] и их достаточно часто можно встретить в англоязычных социальных сетях:

«*Becoz you look like kardashian!*» [Meet the...[http](#)].

«*One look at Anastasia Kvitko's Instagram page will tell you exactly why she's been called the Russian Kim Kardashian. The curvy bombshell has over 11 million followers and counting*» [Meet the...[http](#)].

В данных контекстах акцентирован один и тот же дифференциальный признак, связанный с физической формой селебрити, все остальные признаки данного прецедентного имени нивелируются членами обоих лингвокультурных сообществ, как малозначительные.

Если мы обратимся к интерактивному онлайн-словарю американского сленга Urban Dictionary [Urban Dictionary [http](#)], то сможем обнаружить в нем множество прецедентных антропонимов, широко

известных русскоязычным подросткам и использующихся в тех же коннотативных значениях.

Так, например, в американской лингвокультуре мы можем найти прецедентный антропоним Justin Bieber, который имеет отрицательную коннотацию и используется для описания незрелого человека со «смазливой внешностью», который никак не может достигнуть даже уровня развития подростка.

«A male that will never reach puberty, not even with testosterone therapy» [Urban Dictionary [http](http://)].

Тот же комплекс признаков акцентируется и в русском молодежном дискурсе при использовании прецедентного антропонима Джастин Бибер. Например, на новостном портале мы можем встретить такой текст:

«Первым общеизвестным подростком ютьюба стал дерзкий юноша Рома Желудь – в первую очередь за счет своей провокационной харизмы (Желудь не стеснялся материться и хамить) и смазливой внешности. Из-за последней его прозвали русским Джастинином Бибером – с этим титулом Желудь тут и разбирается, одновременно признавая его и отвергая» [Бьюти-эволюция... [http](http://)].

Итак, использование прецедентных имен в молодежном сленге – явление нередкое, призванное более ярко продемонстрировать отношение говорящего к предмету, событию или личности. Обращение к именам собственным в коннотативном значении обладает рядом особенностей, обусловленных дискурсом. Показательно, что к таким особенностям относятся их кратковременность, высокая оценочность, субъективность и универсальность. Представленные материалы позволяют сделать вывод о том, что молодые люди актуализируют различные редуцированные представления об имени собственном в зависимости от собственных убеждений и эмоций. Однако стоит отметить, что молодежный дискурс изобилует также интернациональными прецедентными антропонимами, в которых выделяются одни и те же дифференциальные признаки, вне зависимости от лингвокультуры. В целом, можно отметить, что все вышеуказанные особенности прецедентных антропонимов способствуют стремительному развитию и обновлению молодежного дискурса.

Библиографический список

Гудков Д.Б. Прецедентные имена и проблемы прецедентности. Москва, 1999. 152 с.

Зубкова О.С. Медицинская метафора как результат культурной фиксации в медицинской терминологии // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. 2008. Т. 1. № 5 (19). С. 127–135.

Зубкова О.С. Диалектика амбивалентного языкового знака с позиции лингвосомиотической деривации [Электронный ресурс] // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2012. №2 (12). С. 22–26. URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/012-004.pdf> (дата обращения: 20.05.2022).

Клушина Н.И. Языковые механизмы формирования оценки в СМИ // Журнал «Грамоты. Ру». 2001 [Электронный ресурс]. URL: http://gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28_79 (дата обращения: 26.05.2022).

Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург, 2007. 207 с.

Филиппова Ю.В. Актуализация личностных характеристик коммуникантов в контексте диалога культур // Вестник МГУ. Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 1. С. 130–138.

Шмелев А. Д. Русский язык и внеязыковая действительность. М.: Яз. славян. культуры Кошелев, 2002. 492 с.

Источники примеров

«Великолепие и красота»: модель Квитко восхитила пикантным снимком [Электронный ресурс]. URL: https://radiokp.ru/znamenitosti/velikolopie-i-krasota-model-kvitko-voskhitila-pikantnym-snimkom_nid594489_au46100au (дата обращения: 02.06.2022).

Meet the Russian Kim Kardashian who says she's “all natural” [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tag24.com/entertainment/meet-the-russian-kim-kardashian-who-says-shes-all-natural-1637542> (дата обращения: 02.06.2022).

Urban Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Bieber> (дата обращения: 02.06.2022).

Бьюти-эволюция Ромы Желудя: от скромного Игната до русского Джастина Бибера [Электронный ресурс]. URL: https://www.thevoicemag.ru/beauty/star_beauty/byuti-evolyuciya-romy-zheludya-ot-skromnogo-ignata-do-russkogo-dzhastina-bibera/ (дата обращения: 02.06.2022).

ВКонтакте – социальная сеть [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/search?c%5Bper_page%5D=40&c%5Bq%5D=%D1%82%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%202005&c%5Bsection%5D=statuses (дата обращения: 02.06.2022).

Эволюция образов Тимати [Электронный ресурс]. URL: <https://aif.ru/culture/gallery/evolyuciya-obrazov-timati> (дата обращения: 02.06.2022).

Эволюция: Тимати [Электронный ресурс]. URL: <https://www.spletnik.ru/beauty/beautyevolution/77808-evolyuciya-timati.html> (дата обращения: 02.06.2022).