

программы, реклама и т.п. (ср.: Бове, Аренс 1995; Гребенкин 2000; Медведева 2003).

Вместе с тем многие исследователи отмечают усиление влияния СМИ на другие сферы общественной жизни, что находит отражение в развитии русского языка и его функционирования в различных типах дискурса (ср.: Чудинов 2007; Немирова 2010). В частности, “интенсивное развитие информационных технологий, возрастающая роль средств массовой информации, все большая театрализация политической деятельности способствуют повышению внимания общества к политическому дискурсу” (Будаев, Чудинов 2006: 11). Не менее значимым оказываются влияние на язык в целом не политических жанров масс-медиа (ср.: Ерофеева 2010; Какичева 2010; Малышева 2010). Так, лингвисты, психологи, социологи утверждают, что каждый из нас, возможно, не замечая этого, находится под влиянием рекламы (Полукаров 2004; Кушнерук 2010).

Безусловно, специфика функционирования прецедентных феноменов в языке во многом определяется социальным стратом, в котором они используются, поскольку “иногда различия между разными языковыми каргинами внутри одного языка оказываются больше, чем межъязыковые различия” (Шмелев 2002: 15). Особую роль здесь играют социальные идиомы: жаргоны, арго, сленг¹, которые развиваются в последние десятилетия наиболее динамично (Гак 2000; Гольдин, Сиротинина, Ягубова 2003; Крысин 2003; Розина 2005; Сиротинина 2006), а их элементы “во множестве проникают в литературную речь” (Крысин 2004: 372). По нашим данным, извлеченным из специализированных сленговых словарей (Белов 2007; Грачев 2006; Елистратов 1994 и 2007; Ермакова, Земская, Розина 1999; *Компьютерный сленг http*; Коровушкин 2000; Левикова 2003; Мокиенко, Никитина 2001; Никитина 2009; Никитина, Рогалева 2006; *Словарь компьютерного сленга Дениса Садошенко http*; *Словарь молодежного Интернет-сленга 2007*; *Толковый словарь русского языка конца XX в. 1998*; Химик 2004), из общения с носителями военного, молодежного и сетевого сленга, исследуемые прецедентные феномены играют важную роль в формировании и функционировании социальных идиомов (более 300 единиц)².

1 В дальнейшем для обобщенной характеристики социальных идиомов мы будем использовать термин “сленг”.

2 В качестве сленговой единицы в данной работе мы рассматриваем каждый лексико-семантический вариант (ЛСВ) слова или фразеологической единицы (ФЕ) в широком смысле слова, включая пословицы, поговорки, крылатые выражения.

Анализ внутренней формы сленговых единиц, связанных с СМК как с прецедентным текстом, показывает, что наиболее регулярно на современный русский сленг оказывают влияние два разряда масс-медиа – советская и современная российская публицистика. Каждая из этих сфер имеет ряд особенностей проникновения в сленговую подсистему.

Показательно, что наиболее востребованными оказываются советизмы (более 75% от числа всех прецедентных единиц), под которыми понимаются вербальные и невербальные знаки любой сложности как факты советской идеологии и культуры (ср.: Ермакова 1996; Купина 1995). За долгий период существования СССР эти единицы (в первую очередь, благодаря средствам массовой коммуникации), безусловно, стали частью языкового сознания значительной части российского общества. Этому способствовало также то, что во второй половине 80-х – первой половине 90-х гг. XX в. в российских СМК велись бурные дискуссии о советском прошлом. Кроме того, исследователи отмечают активизацию использования данного типа прецедентных феноменов в современной публичной речи. “Текущая языковая ситуация свидетельствует о завершении стратегически заданного блокирования языкового кода. Под влиянием фактора событийности (например, выборы, проведение съезда, идеологически значимая юбилейная дата, спортивная победа) внедрения в российскую жизнь символов, ритуалов, политических и организационных практик советского образца в речевой оборот возвращаются опознавательные вербальные знаки советского” (Купина 2010: 86).

Внутри тематического поля советизмов можно выделить несколько тематических групп, активно включающихся в современный сленг.

Около 40% советизмов связаны с различными этапами развития СССР. В частности, большую роль играют тексты, публицистические клише и отдельные символы (личности, события, артефакты), используемые в советской пропаганде для героизации Великой Октябрьской революции и становления СССР (ср.: *комиссар, комиссарить, коммунар, коммуна, барабанщик революции, старый большевик/ коммунист, буреизвестник революции, Красная Армия, красный флаг, красное знамя, красная звезда, красноармеец, заря коммунизма, маяк коммунизма, пролетарское самосознание, аграрный вопрос*).

Наиболее востребованной оказывается все, что связано с В.И. Лениным и увековечиванием памяти о нем – жизнь вождя, мемориальные комплексы, пропагандистские лозунги, конкретные артефакты, ставшие символами мудрости проводимой вождем политики. Например, в советских детских

изданиях, радио- и телепередачах пропагандистского характера регулярно рассказывалось о семье вождя (ср.: *детство Ильича*), а в СМК для взрослых – о его работе по подготовке революции в Разливе, где он жил в шалаше (ср.: *Ленин в шалаше, Ленин в Разливе*), о триумфальном возвращении в Петербург, когда он с бронсвика у Финляндского вокзала произнес знаменитые “Апрельские тезисы” (ср.: *трескать с броневичка, апрельские тезисы*). Ставшее крылатым ленинское определение социализма: “советская власть плюс электрификация всей страны” – делает прецедентными используемые в сленге сочетания: *план ГОЭЛРО, лампочка Ильича*. Часто повторяемый в прессе ленинский афоризм о том, что каждая кухарка должна научиться управлять государством, приводит к включению какой единицы, как *кухарка* с шутливо-ироничной семантикой – ‘женщина-руководитель’.

Наибольшую активность по увековечиванию памяти В.И. Ленина СМК проявляют в юбилейные годы, что порождает такие сленговые единицы, как: *остолетить, остолобилеить, отметить столетие* и др. Именно в эти годы в прессе ведутся специальные передачи под шапками “Ленин с нами”, “Ленинские места”, “По ленинским местам”, используемым в современном сленге. Кроме того, стремление советской пропаганды “очеловечить” образ вождя приводит к появлению целой серии прецедентных текстов (из воспоминаний, художественной литературы и кинофильмов о вожде), часть из которых мы обнаруживаем в сленге (ср.: *а глаза такие добрые-добрые, прешинтереснейшая штучка, красная, пролетарская, вечно живой, живее всех живых, прост как правда*).

Следует отметить, что многие из таких прецедентных текстов, с одной стороны, попадают в сленг через посредство популярных анекдотов о вожде, а с другой, – подвергаются намеренному искажению юмористического характера (ср.: *просто, по-человечески, как Ленин на толчке, запах Ильича*). Аналогичную картину можно наблюдать в отношении создания мемориалов в честь вождя (ср.: *прикинуться чучелом Ульянова*), а также других революционных прецедентных феноменов (ср.: *жопа Дзержинского, отмечать столетие лошади Буденного, уют коммунизма, крейзер “Аврора”*).

Сталинизм отражен в сленговых номинациях, связанных с несколькими агитационными кампаниями того периода. Во-первых, это пропаганда социалистического развития промышленности и сельского хозяйства: коллективизации, стахановского движения и др., а также различного рода героических событий, подаваемых в советской прессе как достижение социализма (ср.: *единоличник, кулак, подкулачник, раскулачить, бай,*

Роль масс-медийных прецедентных текстов в формировании современного русского сленга

ЛЮБОВЬ В. БАЛАШОВА
(Саратов)

В современной лингвокультурной концептологии – междисциплинарном направлении, направленном на изучение социокультурной и национально-культурной специфики языкового сознания, – особое внимание уделяется исследованию прецедентных феноменов. Более того, ряд лингвистов (см., например: Караулов 1986; Костомаров, Бурвикова 1994; Красных 1998; Гудков 1999; Черноморец 2009) подчеркивает, что в языковой картине мира складывается особый тип концептов – прецедентные, в состав которых входят как единичные прецедентные феномены (личности, события, артефакты, географические объекты), так и прецедентные миры – исторические и воображаемые/ художественные (Слышкин 2004: 10).

Объектом нашего внимания стали масс-медийные прецедентные феномены, поскольку именно они играют особую роль в современной цивилизации и культуре. В частности, большинство российских лингвистов отмечает, что глобальные социальные потрясения в жизни русского этноса и мировой цивилизации, активизация экономической и общественной жизни не могли не отразиться на лексической системе языка. В первую очередь это затронуло политический дискурс, в частности, средства массовой коммуникации – СМК (Балашова 2004 и 2009; Баранов, Караулов 1994; Будаев, Чудинов 2006; Кобозева 2010; Пименова 2010). Параллельно этому бурно развивается масс-медиа не политического характера – развлекательные, музыкальные

безлошадный, колхоз, колхоз “Красный лапоть”, смычка города и деревни, стахановец, горбатый Стаханов, челюскинец). Во-вторых, это использование прецедентных текстов (перифраз, газетных лозунгов, агиток), связанных с культом личности Сталина и с политическими репрессиями этого периода (ср.: *отец народа, лучший друг физкультурников, болтун – находка для шпиона, японский шпион, вражеская разведка*).

События Великой Отечественной войны связаны с СМК двух типов. Во-первых, это прецедентные тексты и имена, используемые в агитационной кампании 1941 – 1945 годов (ср.: *смерть врагам, красный партизан, до последней капли крови, вперед – и с песней!*). Во-вторых, это советская и современная пропаганда подвига советского народа в борьбе с фашизмом, встречи с ветеранами, воспоминания о простых солдатах и полководцах и др. (ср.: *вперед – под танки!, несколько фрагментов из жизни Рокоссовского, их знали только в лицо* [крылатая фраза о советских разведчиках в тылу врага], *Валя Котик, блокадник, битва за Москву, Сталинградская битва, ветеран, ветеранить, вечный огонь, никто не забыт и ничто не забыто*). Как и в прецедентных феноменах, связанных с именем Ленина, здесь достаточно регулярно используется намеренное искажение таких текстов шутливо-ироничного характера (ср.: *до последней капли спермы, куда бежать листовки клеить?*).

Хрущевский период в сленге отражен в единицах, связанных с двумя наиболее значимыми пропагандистскими кампаниями того времени – покорением космоса и развитием сельского хозяйства (освоением целины и массовыми посевами кукурузы). Следует, однако, отметить, что именно эти события порождают целую серию анекдотов, которые и становятся “посредниками” между советскими СМК и современным сленгом (ср.: *Байконур, если очень захотеть, можно в космос полететь, Белка и Стрелка, таких не берут в космонавты, мягкой посадки вашей батарейке!, поднять/вспахать целину, целинник, пусть послужит кукуруза для Советского Союза*).

Время застоя в сленге также получает отражение в прецедентных феноменах различного характера. Во-первых, это пропаганда достижений в развитии народного хозяйства, отражаемая в прессе повседневная жизнь общества – социалистическое соревнование на производстве, посевные и уборочные кампании, строительство жилья, служба в армии, празднование идеологических дат и т.п. Для этой цели используются готовые или трансформированные лозунги, названия газетных и телевизионных рубрик, публицистические клише

и др. (ср.: *битва за урожай, вспашка озимых, наш колхоз выполнил план по удою коз, граница не знает покоя, и спать охота, и родину жалко, кузница кадров, стоять у мартена, труба – народу!, ударник комтруда, красный день календаря, сдать под ключ*). Большую роль играют активно освещаемые в прессе того периода съезды КПСС, пропаганда мудрого руководства партии, в частности, регулярное награждение Л.И. Брежнева очередными орденами, восхваление выпущенных под его именем воспоминаний о войне, подъеме целины (ср.: *в свете решений КПСС, руководящий орган, благо партии – дело народа; молчи, я трижды герой мира!, Малая земля* [по названию книги Л.И. Брежнева о Великой Отечественной войне], *бред уснувшего генсека*). В сленге фиксируется пропагандируемая прессой дружба народов и активизация борьбы с выездом евреев в Израиль под маской борьбы с семитизмом, с западными радиостанциями, вещающими на СССР (ср.: *дружба народов, антисемит, вражий голос, голос из-за бугра, железный занавес*).

Характерная особенность СМК этого периода – активная пропаганда здорового образа жизни, повышения культурного уровня советских людей, что получает отражение в целом ряде популярных лозунгов, а также в том, что многие имена спортсменов, писателей, ученых становятся прецедентными. Именно они используются в современном сленге (ср.: *Кельдыи, Жаботинский, встать на лыжи, мама, папа, я – спортивная семья, книга – лучший подарок, дети – цветы жизни*).

Последний этап в развитии СССР (Перестройка) отражен в сленге через посредство знаковых имен, а также новых публицистических клише, связанных с переосмыслением ряда событий советской истории (ср.: *Горбачева очередь, Раиска, жертва красного террора, жертва классовой борьбы*).

В современном сленге достаточно регулярно используются общие идеологемы, пропагандирующие марксизм-ленинизм, интернационализм, а также различного рода прецедентная терминология, отражающая риторику советского периода – в исходном или трансформированном виде (ср.: *вся жизнь – борьба: до обеда с голодом, после обеда – со сном, братский, братские народы, будь проще – и люди (сами) к тебе потянутся!, “дай” будет при коммунизме, а сейчас “продай”, имя в истории положительное, прихлопнутый “Капиталом”, читать классиков марксизма-ленинизма, капитализм загнивает, и при этом весьма недурно пахнет, размножаться в коллективе, коммуниздить, как перед всей (пионерской) линейкой, пионерить, пионерия, устроить большой пионерский костер, металлистам нечего терять, кроме*

своих цепей, все наши люди, кроме товарища негра, тупик коммунизма, флаг тебе в руки!, школа коммунизма).

Примечательно, что среди прецедентных феноменов, связанных с мировой историей, в сленг проникают лишь те, которые отражают идеологическую борьбу Советского Союза в различные периоды его развития (ср.: *дацзыбао, великий кормчий, Кимирсен, изведу, замучаю, как Поллот Кампучию, остров Свободы, Пиночет, пиночетки*).

Наконец, в современных социальных идиомах можно обнаружить обобщенные номинации средств массовой коммуникации советского периода – в исходном и измененном виде, причем это газеты, журналы, радио- и телепрограммы не только идеологического, но и научно-популярного, культурного характера (ср.: *агитка, боевой листок, пионерская зорька, блокнот тунейдца* [измененное название журнала “Блокнот агитатора”], *в мире животных, очевидное – невероятное*).

Если рассмотреть функции масс-медийных советизмов в современном сленге, то они основаны на общих для социальных идеолектов особенностях. Как отмечают исследователи, сленг – “это своеобразный вызов скуке и невыразительности в языке” (Липатов 2010: 74); отражающий творческие потенции носителей идеолекта, их стремление к игре и экспрессии (Невзорова-Кмеч 2004: 205). При этом многие сленгизмы, построенные на базе метафорического и метонимического переноса, основаны на разрыве логико-семантических “обозначающего и обозначаемого; и чем больше этот разрыв, тем ярче эмоциональный эффект сленгизма-экспрессива” (Липатов 2010: 74).

В отношении советизмов это проявляется в следующем.

Во-первых, значительно чаще, чем в литературном языке, в сленге используется так называемая внешняя, или звуковая, метафора (см., например: Москвин 2006: 130), где термин метафора отнесен к плану выражения слова (Любимов, Пинсжанинова, Сомова 1996). Внешняя метафора в этом случае часто совмещается с частичной – словообразовательной (Гак 1988: 14). Никакого внутреннего “сходства” между первичным и вторичным значениями здесь не наблюдается, однако формирование за счет мимикрии новой внутренней формы создает образный экспрессивный потенциал такой номинации (ср.: *явлинский ‘шампунь “Яблоко”’, декреты писать ‘быть в декретном отпуске’*). Языковая игра может поддерживаться новой морфемным членением лексемы и столкновением литературного и сленгового значения (ср.: *бухарин ‘алкоголик’ – от сленгового бухать ‘пить спиртные напитки’, железняк ‘точно, наверняка’ – от сленгового железно с таким же значением,*

ботвинник ‘продавец в ларьке’ – от сленгового *ботва* ‘деньги’, ‘ларек’, *бурбулизация* ‘кипячение воды’, ‘приготовление самогона’ – от глагола *бурлить*, *политрук* ‘алкоголик, употребляющий суррогат спирта’ – от существительного *политура*). В ряде случаев такая игра связана с литературным мегафорическим значением одного из компонентов прецедентного текста (ср.: *битва за урожай* ‘большое скопление людей, столпотворение’, ‘сессия’ – от *урожай* ‘результат’, *школа коммунизма* ‘тюрьма’ – от *школа* ‘приобретение опыта, выучка’).

Наиболее регулярно такая модель мегафоризации реализуется в компьютерном и молодежном жаргонах, где она представляет собой способ русификации англоязычной терминологии (ср.: *КПСС* ‘файловая система (от OS/2 HPFS – High Performance File System)’, *ревком* ‘часть Интернета на территории СНГ – Relcom’, *чекист* ‘тестовая компьютерная программа “Cheskit”’).

Во-вторых, очень продуктивно ироничное обыгрывание несовместимости исходного переносного значения. Первичное значение обычно представляет собой идеологему, один из символов советского социализма, пафосный газетный штамп, того как метафорическое – характеризует физиологическую, бытовую, обычно неприглядную сторону человеческого бытия (ср.: *смычка города и деревни* ‘половой акт’, *Ленин с нами* ‘широкая семейная кровать’; *Карл Маркс* ‘мужской половой орган’; *граница не знает покоя* ‘о заборе вокруг воинской части’; *продразверстка, партвзносы* ‘испражнения’, *октябрьская звездочка* ‘компания алкоголиков’, *ленинские места* ‘заднее проходное отверстие, ягодицы’, *заря коммунизма* ‘тюремная баланда, обед в студенческой или заводской столовой’, *огни коммунизма* ‘крематорий’, *руководящий орган* ‘пенис’).

Экспрессивность часто связана с актуализацией первичного языкового слоя идеологемы или системы ассоциативных признаков, связанных именно с первичным языковым (не идеологическим) значением слова (ср.: *красная армия, красная гвоздика, гости из красной Башкирии, демонстрация с красным флагом, красный день календаря* ‘менструация’, *вечный огонь* ‘зажигалка’, *работник органов* ‘гинеколог’, *боец невидимого фронта, краснознаменный, красный богатырь, маяк коммунизма, красный партизан, пик коммунизма* ‘мужской половой орган’). Иногда такая игра осложняется дополнительными ассоциативными признаками, связанных обычно с несоответствием идеологического и сленгового значения прецедентных

текстов (ср.: *наш колхоз выполнил план по удою коз* ‘работа выполнена’, *в свете решений КПСС* – ‘об обесточенном ИТУ, здании, микрорайоне’).

Особенно регулярно так именуются половые органы, секс и испражнения: с одной стороны, это связано с карнавализацией “низа”, присущей народной культуре и внелитературным страгам в целом (ср.: Бахтин 1990; Елистратов 1994), с другой – с высмеиванием пафосности советской пропаганды (ср. сленговое использование фразеологизма *купаться в пафосе* ‘пользоваться успехом, поживать на лаврах, наслаждаться жизнью’).

В-третьих, языковая игра может быть основана на актуализации не наиболее значимых, объективных, а только второстепенных характеристик исторических реалий и деятелей. Но именно в данном случае достаточно четко прослеживается оценка событий и личностей носителями сленга. Так, Л.Д. Троцкий воспринимается как болтун и демагог, а не политический противник И.В. Сталина (аналогично оцениваются предреволюционные выступления В.И. Ленина); период Перестройки в сленге ассоциируется исключительно с продуктовым кризисом, антиалкогольной кампанией и чернобыльской трагедией, а не с гласностью и экономическими реформами (ср.: *Троцкий* ‘лгун, болтун, демагог’, *трескать с броневишка* ‘произносить пафосные речи, заниматься демагогией’, *раиска* ‘бутылка спиртного объемом 0,33 л’, *горбачева очередь* ‘очередь в винный магазин’, *чернобыльский бройлер*, *горбуша* (контаминация фамилий президентов России и США – Горбачев+Буш) ‘куриные окорочка’).

В ряде случаев в сленге наблюдается тенденция к созданию полноценных концептуальных метафор. Например, школа, вуз и армия носителями ученического и военного жаргона регулярно ассоциируются со сталинским террором и Великой Отечественной войной, причем для именованя отношений детей, студентов и солдат с руководства используются только номинации деятелей фашистской Германии и советских репрессивных органов (ср.: *берия* ‘зам. командира взвода’, *в списках не значится* ‘о переключке перед отбоем в армии’, *приказано выжить* ‘о кроссе на 2 км’, *гестапо* ‘кабинет директора школы’, *гестаповка* ‘строгая учительница, классный руководитель’, *бухенвальдский набат* ‘звонок на урок’, *особая тройка* ‘о комиссии преподавателей, принимающей последнюю передачу перед отчислением студента’, *пал смертью храбрых* ‘о сбежавшем с урока ученике’).

Достаточно красноречива устойчивая ассоциация марксистско-ленинского учения и советских символов – с абсурдом и нелепостью, а революционных

и советских героев, представителей правящей структур, активистов-общественников и т.п. – с противоправными действиями и асоциальными элементами, с интеллектуально неполноценными или психически неадекватными людьми (ср.: *антидюринг*, *Ленин в шалаше*, *на фига генсеку чирик* ‘о чем-л. абсурдном, нелепом’, *крейзер «Аврора»*, *Валя Котик*, *гегемон*, *тимуровец*, *челюскинец* ‘человек, склонный к неадекватному, часто глупому поведению’, *краснознаменный* ‘глупый’, *мичуринец*, *революционер* ‘бездельник’, *ворошиловский стрелок* ‘попрошайка, нищий’, *бухарин*, *нарком*, *пролетарий*, *стакановец* ‘опустившийся алкоголик’, *интербригада* ‘группа валютных проституток’, *коммуниздить* ‘избивать’, *коммунарить*, *коммуниздить*, *пионерить* ‘красть’, *пролетарское самосознание*, *соцсоревнование* ‘воровство на производстве’).

Таким образом, можно констатировать, что носители сленга активно используют советизмы для создания языковой картины мира. Вместе с тем, как показывает анализ, возникновение таких метафор относится к разным периодам: значительная часть сформировалась еще в советский период, другие возникли в 90-е годы XX в. – на пике жарких споров о прошлом. Большинство исследуемых единиц активно используется до начала XXI в., затем идет значительное сокращение их употребления. Обнаруживается и определенная динамика в осмыслении и оценке советизмов. Если для 80-х – начала 90-х гг. более характерно острое неприятие всего, что связано с советской символикой, то в начале XXI в. отношение меняется на шутливо-ироничное.

Второй пласт масс-медийных прецедентных феноменов, как отмечалось, связан с современной российской публицистикой и отражен в современном сленге значительно реже (около 25% единиц), причем источник прецедентности здесь несколько иной.

Единичными примерами представлены тексты и имена, связанные с политическими масс-медиа. Это первые лица руководства России периода президентства Б. Ельцина, чья деятельность активно обсуждалась в российской прессе начала XXI века (ср.: Черномырдин, Чубайс, Гайдар); возросшая угроза терроризма (ср.: *терроризнуть* ‘попросить, выпросить, заставить кого-либо дать что-либо’, *террорист* ‘человек, одержимый чем-либо’), а также публицистические клише, присущие ультраправой прессе (ср.: *вот что жиды с русским человеком делают*, *масонский жидомолец*, *замуты еврейские / жидовские / масонские*, *жидомасон*).

В отличие от советизмов сленговое значение данных единиц ориентировано именно на концептуальное осмысление политических феноменов. Так, члены правительства в ельцинский период ассоциируются у носителей сленга со сложным экономическим положением страны и ее простых граждан, с “диким капитализмом”, с разгулом преступности и коррупции (ср.: *нагайдарить* ‘наворовать’, *Чубайс* ‘как бранное слово’, *приватизировать* ‘своровать, ограбить’). Другое направление переноса – восприятие деятельности правительства как абсурда, нелепости и отсутствия какого-либо смысла (ср.: *отчерномырдить*, *отчубайсить* ‘совершить какой-л. странный, экстравагантный поступок’, *Черномырдя* ‘Россия’). Наибольшую “популярность” в сленге имеют Черномырдин и Чубайс, которые чаще других политиков данного периода становились объектом журналистских репортажей, причем в семантике единиц отражена не только их профессиональная деятельность, но и особенность их общения с прессой (ср.: *черномырдизм* ‘какое-либо неправильное употребление слова, нарушение грамматических или стилистических правил’).

Антисемитская риторика ультраправых масс-медиа, напротив, вызывает у носителей сленга шутивно-ироничное отношение. Сленговой семантика таких единиц базируется именно на ироничном отношении к самим экстремистам (ср.: *вот что жиды с русским человеком делают* ‘иронично: о чем-либо неудавшемся’, *замуты еврейские / жидовские / масонские* ‘шутивно-иронично: путаница, сложная, безвыходная ситуация, заговоры, интриги’, *жидомасон* ‘шутивно: о любом человеке’).

Второй, причем значительно более многочисленный пласт прецедентных текстов, связанных с современными масс-медиа, – это реклама (в основном слоганы к телевизионным роликам), например: *баунти – райское наслаждение!* ‘реплика, следующая за каким-либо агрессивным действием по отношению к собеседнику (ударом, пинком, злой шуткой и т.п.)’; *сладкая парочка* 1) ‘скульптурная группа В. Мухиной “Рабочий и колхозница”’; 2) ‘принцип непосредственного огневого контакта: два выстрела подряд и смена положения, чтобы противник не попал в стреляющего’; *страна Мальборо* ‘о глубоком сне солдата’; *чисто “Тайд”!* ‘все в порядке’; *тётя Ася* ‘Интернет-нейджер (ICQ)’; ‘крах, провал’.

В отличие от пропагандистских, агитационных текстов рекламные прецедентные феномены часто многозначны. Кроме того, на развитие новых ЛСВ могут оказывать влияние другие члены литературных и сленговых единиц. Так, фирма “Анкл Бенс” широко рекламировала кулинарные изделия в первой

половине 90-х гг. XX в., ее “лицом” был пожилой афроамериканец. Это и повлияло на формирование первого сленгового значения *Анкл Бенс* ‘темнокожий’, которое в свою очередь становится основой для метафорического переноса в армейском жаргоне – ‘солдат, дежурящий на кухне’ (ср. традиционное разговорное *негр* ‘о человеке, выполняющем тяжелую, грязную работу’).

Рекламные прецедентные феномены значительно более подвижны по сравнению с другими аналогичными концептами. Обычно их регулярно употребляют до тех пор, пока соответствующие рекламные ролики “крутят” по ТВ, а затем сходят на “нет” (ср.: сейчас уже почти не фиксируется *Анкл Бенс*). Но (пусть и на небольшой период) их частотность и многофункциональность может стать очень высокой. Так, несколько лет назад Интернет-пользователи активно использовали слоган из рекламы зубной пасты: “Привет, бобер!” в самых разных ситуациях (при этикетных приветствии и прощании, при выражении недоумения, изумления, восторга и негодования, а также при негативной и позитивной оценке адресата или предмета речи).

В целом в процессе общезыковой коммуникации концепты прецедентных феноменов, по мнению исследователей, могут выполнять несколько функций: (а) экспрессивно-декоративную, т.е. служить средством украшения речи, придавать ей яркость; (б) экономии речевых средств, т.е. способствовать лаконичному выражению мысли; (в) парольно-идентифицирующую, т.е. давать коммуникантам возможность продемонстрировать друг другу общую групповую принадлежность; (г) персуазивную, т.е. выступать в роли авторитета или антиавторитета; (д) лодическую, т.е. снижать напряженность общения путем обмена загадками-реминисценциями; (е) эвфемистическую, т.е. выражать табуированные или неприятные для коммуникативного партнера смыслы путем иносказания (Слышкин 2004: 114). С одной стороны, сленговые прецедентные феномены выполняют те же функции, а с другой, – значимость отдельных функций может быть ниже или выше, чем в литературном языке. В частности, практически не востребована персуазивная функция (прецедент в роли авторитета или антиавторитета), зато функция экономии речевых средств и парольно-идентифицирующая функция – одни из частотных.

Кроме того, носители сленга активно обыгрывают несоответствие между публицистическим прецедентным концептом и его сленговым значением. В частности, регулярно используется демегафоризация соответствующего прецедентного фрагмента или “снижение” его ассоциативной сферы. Нап-

пример, в трансформированном отрывке из “Коммунистического манифеста”: *металлистам нечего терять, кроме своих цепей* – лексема *цепи* употребляется не в символическом, а в прямом значении. Снижение ассоциативной сферы типично при использовании пропагандистских советских лозунгов и клише (ср. сленговые единицы с лексемой *Ленин, Ильич*), а также ряда рекламных слоганов [ср.: *дирил с ксилитом* ‘о двух неразлучных друзьях, приятелях, братьях (близнецах)’].

Регулярно формирование семантики прецедентных феноменов связано с обыгрыванием несоответствия между “воображаемым” миром в литературном языке и значением созвучной единицы в сленге, причем именно последнее влияет на семантику прецедента (ср.: *блендамед* ‘дурак, идиот, тупица’ – шутливая контаминация навязчиво рекламируемой зубной пасты и сленгового междометия *блин*, которое выражает любую эмоцию).

Безусловно, в каждом отдельном примере можно обнаружить целую систему признаков, по которым проходит его сленговая концептуализация. Однако выделяются и общие тенденции, в частности, преобладающее снижение “сферы применения” прецедентного феномена (ср. регулярное использование советских газетных клише при номинации гениталий и секса, а рекламных слоганов – при выражении отрицательных эмоций). В одной стороны, обостренное внимание к физиологии во внелитературных стратах, как уже отмечалось, в целом является отражением смеховой народной культуры, карнавальная традицией осмысления всего мира через “телесный низ”, а с другой, – это безусловное ограждение отношения значительной части носителей сленга к советской идеологии и к современной рекламе.

Литература

- Балашова Л.В., 2004, *Социальные иерархические отношения в пространственной системе координат. – Проблемы речевой коммуникации*, вып. 4. *Власть и речь*, Саратов.
- Балашова Л.В., 2009, *Образ России в зеркале концептуальной метафоры (на материале политического телешоу “К барьеру”)*. – *Современная политическая коммуникация*, Екатеринбург.
- Баранов А.Н., Караулов Ю.Н., 1994, *Словарь русских политических метафор*, Москва.
- Бахтин М.М., 1990, *Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса*, Москва.

- Белов Н.В., 2007, *Словарь молодежного и Интернет-сленга*. Минск.
- Бове К.Л., Аренс В.Ф., 1995, *Современная реклама*, Москва.
- Будаев Э.В., Чудинов А.П., 2006, *Метафора в политическом интердискурсе*, Екатеринбург.
- Гак В.Г., 1988, *Метафора: универсальное и специфическое. – Метафора в языке и тексте*, Москва.
- Гак В.Г., 2000, *Русская динамическая языковая картина мира. – Русский язык сегодня*, Москва.
- Гольдин В.Е., Сиротинина О.Б., Ягубова М.А., 2003, *Русский язык и культура речи: Учебное пособие для студентов-филологов*, Москва.
- Грачев М.А., 2006, *Словарь современного молодежного жаргона*, Москва.
- Гребенкин Ю.Ю., 2000, *Психотехнологии в рекламе*, Новосибирск.
- Гудков Д.Б., 1999, *Прецедентное имя и проблемы прецедентности*. Москва.
- Елистратов В.С., 1994, *Словарь московского арго*, Москва.
- Елистратов В.С., 2007, *Толковый словарь русского сленга*, Москва.
- Ермакова О.П., 1996, *Семантические процессы в лексике. – Русский язык конца XX столетия*, Москва.
- Ермакова О.П., Земская Е.А., Розина Р.И., 1999, *Слова, с которыми мы все встречались: Толковый словарь русского общего жаргона*, Москва.
- Ерофеева Е.В., 2010, *Социально маркированные глаголы и вариативность их значения. – Проблемы лексической семантики*, Москва.
- Какичева Ю.В., 2010, *Гламур как категория оценочности. Политика в зеркале языка и культуры*, Москва.
- Караулов Ю.Н., 1986, *Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности. – Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы*, Москва.
- Кобозева И.М., 2010, *Лексико-семантические заметки о метафоре в политическом дискурсе. – Политика в зеркале языка и культуры*, Москва.
- Компьютерный сленг http ?* Компьютерный сленг. Материал из Википедии. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
- Коровушкин В.П., 2000, *Словарь русского военного жаргона*. Екатеринбург.
- Костомаров В.Г., Бурвикова Н.Д., 1994, *Как тексты становятся прецедентными, "Русский язык за рубежом"*, № 1, Москва.
- Красных В.В., 1998, *Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация)*, Москва.
- Крысин Л.П., 2004, *Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике*. Москва.
- Крысин Л.П., 2003, *Социальная дифференциация системы современного русского национального языка. – Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация*, Москва.

- Купина Н.А., 1995, *Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции*, Екатеринбург-Пермь.
- Купина Н.А., 2010, *Советизмы сегодня: семантика и функции. – Проблемы лексической семантики*, Москва.
- Кушнерук С.Л., 2010, *Текстовые миры коммерческой рекламы. – Политика в зеркале языка и культуры*, Москва.
- Левикова С.И., 2003, *Большой словарь молодежного сленга*, Москва.
- Липагов А.Т., 2010, *Сленг как проблема социолектики*, Москва.
- Любимова Н.А., Пинежанинова Н.П., Сомова Е.Г., 1996, *Звуковая метафора в поэтическом тексте*, Санкт-Петербург.
- Малышева Е.Г., 2010, *Универсальная идеология 'спорт' как объект лингвокультурологического исследования. – Политика в зеркале языка и культуры*, Москва.
- Медведева Е.В., 2003, *Рекламная коммуникация*, Москва.
- Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., 2001, *Большой словарь русского жаргона*, Санкт-Петербург.
- Москвин В.П., 2006, *Стилистика русского языка: Теоретический курс*, Ростов н/Д.
- Невзорова-Кмеч Е., 2004, *Пути развития польского молодежного жаргона (на материале словаря Б. Хацынского "Wurpiony słownik najmłodszej polszczyzny")*. – *Проблемы фразеологической и лексической семантики*, Москва.
- Немирова Н.В., 2010, *Экономический кризис в зеркале прецедентности. – Политика в зеркале языка и культуры*, Москва.
- Никитина Т.Г., 2009, *Молодежный сленг: Толковый словарь*, Москва.
- Никитина Т.Г., Роголева Е.И., 2006, *Региональный словарь сленга (Псков и Псковская область)*, Москва.
- Пименова М.В., 2010, *Концептуальная система политики. – Политика в зеркале языка и культуры*, Москва.
- Полукаров В.Л., 2004, *Рекламная коммуникация*, Москва.
- Розина Р.И., 2005, *Семантическое развитие слова в русском литературном языке и современном сленге: глагол*, Москва.
- Сиротинина О.Б., 2006, *Что происходит с русским языком? – Проблемы речевой коммуникации*. Вып. 6. Саратов.
- Словарь компьютерного сленга Дениса Садошенко*. URL:
<http://lib.rin.ru/doc/i/20307p.html>
- Словарь молодежного и Интернет-сленга*, 2007, Минск.
- Слышкин Г.Г., 2004, *Лингвокультурные концепты и метаконцепты*, Волгоград.
- Толковый словарь русского языка конца XX в. Языковые изменения*, 1998. Санкт-Петербург.
- Химик В.В., 2004, *Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи*, Санкт-Петербург.

- Черноморец М.В., 2009, *Лингвокультурные концепты германских канцлеров*: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград.
- Чудинов А.П., 2007, *Метафорический образ России в политическом дискурсе*. – Политический дискурс России – 9. Лица и маски. Москва.
- Шмелев А.Д., 2002, *Русский язык и внеязыковая действительность*, Москва.

The Role of Mass Media Precedent Texts in the Forming of Modern Russian Slang

The author analyses the usage of mass media precedent texts in modern Russian slang, defines the main thematic groups, which regularly enrich the slang and their conceptual filling and singles out the main functions of mass media precedent phenomena in the slang.

Keywords: *mass media, a precedent text, the Russian language, slang.*