

УДК 811.161

Ю. А. АГЕЕВА, Л. И. ЧЕРНЫШОВА

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры»

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СЛЕНГ В СФЕРЕ ДИЗАЙНА И АРХИТЕКТУРЫ

Аннотация. В статье рассматривается процесс возникновения понятия «сленг» и распространение сленгового пласта лексики в речевом общении представителей конкретных социальных групп. Отдельно проанализирован профессиональный сленг в сфере дизайна и архитектуры на примере «Словаря дизайнерского сленга». Выполненный анализ употребления в профессиональной речи сленговых слов и выражений подтверждает мысль о прочных позициях сленга не только в разговорной речи, но и в устной форме профессионального общения носителей языка. Рассмотрены психологические аспекты, способствующие возникновению, распространению и активному использованию в речи профессиональных жаргонизмов; роль средств массовой информации в этом процессе.

Ключевые слова: профессиональная речь, дизайнерский сленг, жаргонизм, общепотребительная лексика.

Демократизация и «вульгаризация» общества ведет к тому, что в литературной речи все чаще начинают встречаться сленгизмы. Средства массовой информации стали частью нашей жизни и играют огромную роль в образовании новых слов. Если молодежный сленг используется молодежью, пока общение происходит в неофициальной обстановке, литературный классический язык остается чистым.

Слово *slang* впервые встречается в устной речи англичан. В письменных источниках оно зафиксировано в Англии в XVIII веке. В то время это слово обозначало «оскорбление». Лингвист И. В. Арнольд утверждает, что сленг – включает лишь разговорные слова и выражения с грубоватым или шутливым эмоциональным окрасом (непринятым) в языке литературы [1]. И. Р. Гальперин подразумевает под сленгом тот пласт лексики и фразеологии, который проявляется в сфере живого разговорного языка в качестве разговорных неологизмов, которые легко переходят в слой общепринятой разговорной литературной лексики [2].

Сленг сочетает в себе слова и фразеологизмы, которые возникли и использовались в конкретных социальных группах. Такие слова должны были отражать целостную ориентацию групп. С течением времени, перейдя в разряд общепотребительных, эти слова имеют тот же эмоционально-оценочный характер, в редких случаях «знак» оценки меняется или исчезает. Э. М. Береговская утверждает, что существует более 10 способов образования функциональных единиц сленга. Это является подтверждением, что словарный состав сленга постоянно обновляется. Кроме того, она указывает, что именно в столицах и крупных городах возникает зарождение новых словарных единиц сленга, а уже затем они перемещаются по стране. Такое перемещение занимает около 6 месяцев, но благодаря научно-техническому прогрессу и появлению более современных средств коммуникации сроки перемещения существенно сокращаются [3].

В современном мире сленг прочно занял свое место не только в разговорной речи, но и в профессиональной деятельности. Что же так привлекает в сленге? Привлекает простота, популярность, эмоциональность, выразительность. Сленговые (жаргонные) выражения всегда характерны для определенного рода занятий или профессии. Группа рабочих в процессе взаимоотношений постепенно нарушают нормы и правила языковых стандартов, что в итоге способствует развитию на постоянной основе новых моделей словообразования. Ко всему, процессу словообразования часто способствуют веяния моды, а также стремление к ней. Как правило, употребление сленга внутри рабочей

группы происходит в устной форме. Письменная речь остается нормированной, а документация заполняется в официально-деловом стиле. В письменной речи профессиональный сленг может использоваться лишь в общении между собой в чатах или в переписке, но обычно это характерно только для сотрудников, стоящих на одной ступеньке служебной лестницы. Как правило, в любой крупной корпорации есть свои устоявшиеся выражения и слова, которые употребляются исключительно внутри корпорации. Функцией профессионального сленга является маскировка информации от людей, не посвященных в данную профессиональную деятельность. При работе в той или иной области в словарный запас непременно попадают такие слова, понятные лишь коллегам по работе или людям, работающим в подобной сфере.

В творческих профессиях сленг играет очень важную роль. Дизайнеру и архитектору постоянно приходится контактировать с большим количеством людей, как связанных профессиональной деятельностью, так и с людьми, которые не имеют ни малейшего понятия об их работе. Язык дизайнера и архитектора – это синтез профессиональных терминов и языка народа, который будет доступен заказчикам.

Издание Co Design опубликовало словарь «дизайнерского сленга». Его составляли на основе наблюдений редакции и предложений специалистов из компаний Pentagram, Ammunition, Hufe, Ziba, Pensole, Google Ventures, Sagmeister & Walsh. В словаре есть как серьезные термины, используемые для составления и расшифровки брифа, так и популярные среди клиентов фразы. Всего в нём около 120 слов от А до W [4]. Рассмотрим наиболее часто встречаемые сленгизмы.

- Классический – корректный способ сказать слово «скучный».
- Прохладный – таким прилагательным описывают любой цвет близкий к синему.
- Франкенштейнить – скрещивание лучших элементов из нескольких концепций в одну супер-концепцию.
- Икея-стайл – бюджетный интерьер.
- Загламурить – сделать богаче, внести элементы роскоши и шика.
- Венецианка – все декоративные покрытия, вплоть до жидких обоев.
- Кик-оф – быстрая встреча, где определяются роли участников в проекте и происходит расстановка чекпойнтов, напр.: *«Как бы мне хотелось, чтобы на кик-офе кто-нибудь сказал, что мы просто не будем больше заниматься этим проектом».*
- Чекпойнты – контрольные точки при выполнении заказа или проекта, напр.: *«Последний чекпойнт в нашем проекте был вчера».*
- Женичь – сочетать несколько вариантов из разных концепций, идей или слоганов, напр.: *«Отлично. Мне нравятся опции 5, 10, 11 и 87. Давайте их поженим».*
- Карандашисты – архитекторы или конструкторы, не признающие компьютерную графику.
- Нефтегазовый стиль – аналог депутатского стиля.
- Цыганский маскарад – когда всё лучшее, всё сразу.
- Демпер – фрилансер, работающий за очень низкую оплату, тем самым портит рынок.
- Люстра – программа Adobe Illustrator, предназначена для работы с векторными изображениями.
- Жаба – изображение, отредактированное в Photoshop.
- Рубашка – облицовочный материал здания.

Профессиональные жаргонизмы стали неотъемлемой частью общения между сотрудниками. Так как человек находится на работе практически треть своей жизни, знать такие слова очень важно. Функция жаргона незаметна на первый взгляд. На самом же деле человек, который стремится использовать жаргон, хочет определить свою принадлежность к определенной социальной группе. Для этого он употребляет в своей речи различные формы, обороты и специфические слова. Ярко выражено такое явление у молодежи, так как их стремление наиболее четко определяемо. Употребление профессионального сленга можно объяснить высокой замкнутостью на событиях внутри корпорации.

Многие исследователи отмечают, что профессиональные жаргоны часто используются в неофициальных условиях общения. Это характерно как для устной, так и для письменной форм речи.

Хотелось бы сказать о процессе перехода слов из сленга в разряд общеупотребительной лексики. Обычно общеупотребительными становятся те сленговые слова, которые чаще всего были на слуху и успели войти в обиход каждого человека, при этом они теряют свою эксцентричность.

Важную роль в распространении сленговых слов играют средства массовой информации. Сленговое слово используется в них из-за того, что литературные слова, им соответствующие, скучны

при частом использовании. Редакторы журналов употребляют сленговые слова в изобилии, чтобы создать непринужденную молодежную атмосферу и тем самым привлечь читателя. В то же время сленг стал встречаться на страницах серьезных периодических журналов и в научной литературе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык [Текст] : учебник / И. В. Арнольд. – М. : Наука, 2002. – 384 с.
2. Гальперин, И. Р. О термине «сленг» [Текст] / И. Р. Гальперин // Вопросы языкознания. – М. : изд-во АН СССР, 1956. – № 6. – С. 107–114.
3. Береговская, Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование [Текст] / Э. М. Береговская // Вопросы языкознания. – 1996. – № 3.1. – С. 32–41.
4. Brownlee, John. The Urban Dictionary of Design Slang [Электронный ресурс] / John Brownlee // Co Design. – [S. l. : Fast Company & Inc, 2017]. – Режим доступа : <https://www.fastcodesign.com/3039333/an-a-to-z-glossary-of-design-jargon>.
5. Культура русской речи [Текст] : учебник / отв. ред. Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев. – М. : Норма, 2008. – 560 с.

Получено 25.01.2017

Ю. А. АГЕЄВА, Л. І. ЧЕРНИШОВА
ПРОФЕСІЙНИЙ СЛЕНГ У СФЕРІ ДИЗАЙНУ ТА АРХІТЕКТУРИ
ДОУ ВПО «Донбаська національна академія будівництва і архітектури»

Анотація. У статті розглядається процес виникнення поняття «сленг» і поширення сленгового пласту лексики в мовному спілкуванні представників конкретних соціальних груп. Окремо проаналізовано професійний сленг у сфері дизайну та архітектури на прикладі «Словника дизайнерського сленгу». Виконаний аналіз вживання в професійному мовленні сленгових слів та виразів підтверджує думку про міцні позиції сленгу не тільки в розмовній мові, але і в усному мовленні професійного спілкування носіїв мови. Розглянуто психологічні аспекти, які сприяють виникненню, поширенню та активному використанню в мові професійних жаргонізмів; роль засобів масової інформації в цьому процесі.

Ключові слова: професійна мова, дизайнерський сленг, жаргонізм, загальноживана лексика.

YULIA AGEEVA, LARISA CHERNYSHOVA
PROFESSIONAL SLANG IN THE FIELD OF DESIGN AND ARCHITECTURE
Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture

Abstract. In the article the author considers the process of the origin of the concept of «slang» and the spreading of the slang vocabulary in the speech communication of representatives of specific social groups. Professional slang in the field of design and architecture by the example of the «Dictionary of Design Slang» has been particularly analyzed. The analysis of the use of slang words and expressions in professional speech confirms the idea of strong positions of slang not only in colloquial speech, but also in oral form of professional communication of native speakers. The psychological aspects that contribute to the emergence, spread and active use of professional jargon in the speech; the role of the media in this process have been considered.

Key words: professional speech, designer slang, jargon, common vocabulary.

Агеева Юлия Артемовна – студентка 2 курса ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры». Научные интересы: стилистические особенности и культурная семантика научных, литературно-художественных и публицистических текстов.

Чернышова Лариса Ивановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры». Научные интересы: стилистические особенности и культурная семантика научных, литературно-художественных и публицистических текстов.

Агеева Юлія Артеміївна – студентка 2 курсу ДОУ ВПО «Донбаська національна академія будівництва і архітектури». Наукові інтереси: стилістичні особливості та культурна семантика наукового, літературно-художнього і публіцистичного текстів.

Чернышова Лариса Іванівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики і міжкультурної комунікації ДОН ВПО «Донбаська національна академія будівництва і архітектури». Наукові інтереси: стилістичні особливості та культурна семантика наукового, літературно-художнього і публіцистичного текстів.

Ageeva Yulia – the 2nd year student, Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture. Scientific interests: the stylistic features and cultural semantics of scientific, literary, artistic and journalistic texts.

Chernyshova Larisa – Ph.D. (Philology), Associate Professor, Applied Linguistics and Intercultural Communication Department, Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture. Scientific interests: the stylistic features and cultural semantics of scientific, literary, artistic and journalistic texts.