

УДК 811.111

doi.org/10.36906/2500-1795/25-1/07

*Горшунов Ю.В.*

## **РИФМОВАННЫЙ СЛЕНГ, КОДИРУЮЩИЙ ТОРГОВЫЕ МАРКИ И БРЕНДЫ, В СОЦИКУЛЬТУРНОМ ОСВЕЩЕНИИ**

**Аннотация.** Статья нацелена на рассмотрение случаев кодирования и обыгрывания рекламных реалий (торговых марок и брендов), называющих фирменную продукцию и производителей такой продукции на материале рифмованного сленга. Тема рассмотрена на примере образцов рифмованного сленга, отражающих рекламные реалии, представленные прагматонимами и эргонимами. Анализируемые рифмы построены на хорошо знакомых обывателю и жителю Великобритании фирменных названиях и брендах, которые и входят в так называемую «культурную грамотность» носителей английской лингвокультуры. Рифмы заимствованы из словарей рифмованного и общего сленга и интернет-источников, а социокультурная информация – из энциклопедических словарей и словарей культуры. Рекламные реалии еще не были предметом специального анализа и, несомненно, заслуживают лингвистического и социокультурного описания. В статье представлен социокультурный анализ более 40 рифм, отсылающих к рекламным реалиям – прагматонимам и эргонимам. В результате выявлено, что среди рифм, соотносимых с наименованиями товаров и фирм-производителей, наиболее репрезентативны рифмы, кодирующие напитки и, в первую очередь, различные марки и сорта пива, что оправдывает утверждения о том, что пиво остается самым любимым напитком жителей Великобритании. Популярны также рифмы, кодирующие заведения питания (рестораны) и транспортные средства (марки автомобилей). Отражая культурно-прецедентные феномены – имена, ситуации, исторические реалии в контексте культурной грамотности, анализируемые в статье рифмы обладают лингвострановедческой и лингвокультурологической ценностью. Результаты исследования могут быть полезны и интересны специалистам, разрабатывающим темы межкультурной коммуникации, лингвострановедения, лингвокультурологии, контрастивной лингвистики английского и русского языков, культуре речи и в практике преподавания английского языка.

**Ключевые слова:** рифмованный сленг; рекламная реалья; прагматоним; эргоним; торговая марка; бренд; социокультурный контекст.

**Сведения об авторе:** Горшунов Юрий Владимирович, доктор филологических наук, профессор кафедры романо-германской филологии и лингводидактики Уфимского университета науки и технологий (Бирский филиал); ORCID 0000-0003-4389-4385.

**Контактная информация:** 452450, г. Бирск, ул. Ленина, д.41; тел. 8(34784)40470; e-mail: gorshunov\_@rambler.ru

*Yu.V. Gorshunov*

## **RHYMING SLANG ENCODING TRADE NAMES AND BRANDS IN SOCIOCULTURAL SETTING**

**Abstract.** The article aims to examine the cases of encoding of advertising culturally-determined items (trademarks and brands) that name branded products and manufacturers producing branded products, based on rhyming slang material. The topic is explored through the examples of rhyming slang that reflect advertising items represented by pragmatonyms and ergonyms. The analyzed rhymes are based on company names and brands that are well known to the average British citizen and are included in the so-called “cultural literacy” of the speakers of English linguistic culture. The rhymes are borrowed from dictionaries of rhyming and general slang, as well as Internet sources, while the sociocultural information is provided from encyclopedic dictionaries and dictionaries of culture. Advertising culturally-determined items have not yet been the subject of special analysis and undoubtedly deserve linguistic and sociocultural description. The article presents a sociocultural analysis of more than 40 rhymes that refer to pragmatonyms and ergonyms. As a result, it was revealed that among the rhymes correlated with the names of goods and manufacturing companies, the rhymes encoding beverages are the most representative, particularly various brands and types of beer, which justifies the statement that beer remains the most favorite drink of the inhabitants of Great Britain. Rhymes encoding restaurants and means of transport (car brands) are also popular. Reflecting culturally precedent phenomena – names, situations, and historical culturally-determined items within the context of cultural literacy, the rhymes analyzed in the article have linguocultural value. The results of the study may be useful and interesting to specialists developing topics in intercultural communication, linguistic and cultural studies, linguoculturology, contrastive linguistics of the English and Russian languages, speech culture and the practice of teaching English as a foreign language.

**Key words:** rhyming slang; advertising culture-specific item; pragmatonym; ergonym; trademark; brand; sociocultural setting.

**About the author:** Gorshunov Yuri Vladimirovich, Doctor of Philology, Professor of the Department of Romance-Germanic Philology and Linguodidactics, Ufa University of Science and Technology (Birsk Branch); ORCID 0000-0003-4389-4385.

**Contact information:** 452450, Birsk, st. Lenina, 41; tel. 8(34784)40470; e-mail: gorshunov\_@rambler.ru

**Введение.** В данной статье мы продолжаем разрабатывать темы, так или иначе затронутые в работах автора (Горшунов, Горшунова 2017), (Горшунов, Горшунова 2021), (Горшунова, Горшунов 2013). Статья нацелена на рассмотрение случаев кодирования и

обыгрывания брендов, торговых марок и слоганов, называющих фирменную продукцию и производителей фирменной продукции: бытовые товары и товары роскоши (например, транспортные средства), продукты питания (напитки, снеки), заведения питания (рестораны, кафе, кофейни), табачные изделия и другие, на примерах образцов рифмованного сленга. В фокусе нашего внимания находятся рифмы, построенные на фирменных названиях и брендах, хорошо знакомых обывателю и жителю Великобритании, входящих в так называемую «культурную грамотность» (Hirsh 1988). Анализируемые рифмы заимствованы из словарей рифмованного и общего сленга (Ayto 2003), (Green 2003), (Green 2002), (Perkins 2004), (Кудрявцев, Куропаткин 2004) и интернет-источников, а социокультурная информация из энциклопедических словарей и словарей культуры (Кто есть кто 2007), (НБИЭС 2004), (Великобритания 1980), (Томахин 2003), (Longman 1999), (Room 1990). Рекламные реалии представлены прагматонимами и эргонимами.

Под прагматонимами принято понимать имена собственные товаров, которые также называют маркировочными обозначениями (маркировками), номенами, товарными марками, товарными знаками, номенклатурными знаками. К эргонимам принято относить наименования деловых объединений людей, например, названия фирм (фирмонимы), названия государственных и общественных учреждений, благотворительных организаций, учреждений сферы обслуживания и развлечений: парикмахерских, баров, кафе, бильярдных клубов, названия магазинов (эмпоронимы) и др. (Подольская 1988). Бренд трактуется как торговая марка товара или продукта в наиболее предпочтительном образе, имеющем высокую репутацию у потребителя.

**Основные результаты.** Анализ рифм, отсылающих к товарным знакам и названиям фирм, выявил, что среди 43 рифм, соотносимых с наименованиями товаров и фирм-производителей (с учетом сокращенных версий), наиболее ярко представлены рифмы, кодирующие напитки и, в первую очередь, различные марки и сорта пива (19 полных рифм, соотносящихся с названиями напитков, 16 полных рифм имеют отношение к различным сортам и маркам пива). За ними следуют рифмы, кодирующие табачные изделия, затем рифмы, отсылающие к названиям учреждений сферы обслуживания и развлечений (ресторанам быстрого питания, кафе, кофейням) и к названиям транспортных средств (автомобилям и мотоциклам).

Рифмы представим тематически и в алфавитном порядке: а) названия алкогольных, слабоалкогольных и безалкогольных напитков; б) названия снеков; в) названия табачных изделий; г) названия учреждений сферы обслуживания; д) названия транспортных средств; е) названия бытовых товаров; ж) названия фирм.

а) названия алкогольных, слабоалкогольных и безалкогольных напитков. Две рифмы кодируют белый ром Бакарди: **kiss me, Hardy** или **kiss me hardy** [20C] = a measure of **Bacardi** rum и **Laurel and Hardy** [20C] = a **Bacardi** (rum).

Первая рифма якобы воспроизводит прощальные слова национального героя английского флотоводца, адмирала Горацио Нельсона, который был смертельно ранен в битве при Трафальгаре (Кто есть кто: 796), (НБИЭС: 672). Вторая рифма основана на именах

артистов популярного в первой половине 20 века американского комедийного дуэта в составе Стэна Лорела и Оливера Харди. В дуэте худощавый англичанин Стэн Лорел играл роль неуклюжего друга напыщенного, властного и часто раздражаемого американца Оливера Харди. Они стали широко известны в конце 1920-х – середине 1940-х годов благодаря своей фарсовой комедии. За свою творческую карьеру артисты-комики сняли вместе более 100 фильмов и привнесли во многие фильмы свой характерный фарс. Рифма обычно сокращается до первого компонента **Laurel**, а поскольку многие люди пьют ром Бакарди, разбавляя кока-колой (Longman 1999: 74), заказ коктейля Бакарди с Кока-колой может принять форму ‘**a Laurel and Holy**’ (здесь **Holy** ← **holy smoke = Coke**).

В рифмованном сленге образовался впечатляющий список синонимичных рифм для широкого спектра алкогольных напитков. Это мир, в котором правит пиво. Сегодня пиво остается самым любимым напитком. Его пьют из стеклянных бокалов, и каждый паб обычно имеет свои сорта. (Павловская 2004: 162).

Торговые марки некоторых сортов пива стали настолько известны, что потеряли свою «марочность» и используются как родовое понятие для обозначения пива как такового. В этом случае они легко могут привлечь внимание сленгстеров-рифмовальщиков. В Великобритании во второй половине XIX века название пивоваров **Bass and Co.** из города Бертон-он-Трент с их общепризнанным логотипом в виде красного треугольника стало почти синонимом пива – просто просили «бутылочку Басса» (‘a bottle of Bass’). С конца XIX века по 1930-е годы рифмы не замедлили отреагировать на то, что заказ **beggar boy’s ass** (или, короче, **beggar boy’s**) дал бы требуемый результат в лондонском пабе. (Ayto 2003: 148). Речь идет о рифме **beggar-boy’s** [late 19C. – 1930s], соотносимой с фирменным названием светлого горького пива **Bass** – «Басс» одноименной компании. Рифма представляет собой сокращенную версию рифмы **beggar-boy’s ass** = 1) **Bass ale**, a bottle of **Bass ale**; 2) **brass**, money (здесь **ass** = donkey). О популярности пива Bass свидетельствует иллюстративный пример: Leonard got up and left Smith, walked down the street to Victoria Bar where he had a Scotch and a **chaser of Bass**. (Cronin 1976: 155).

Флагманское пиво **Pale Ale Bass** компании Bass с логотипом в виде красного треугольника когда-то путешествовало по миру, распространяясь на кораблях развивающейся британской империи. Одна историческая истина, которую невозможно опровергнуть, заключается в том, что на борту Титаника, когда он затонул в Атлантическом океане в 1912 году, было 500 ящиков (12 000 бутылок) пива Bass. Во время экспедиции и поисково-спасательных работ корабля в конце 1990-х годов было обнаружено девять бутылок (<https://beerandbrewing>).

Две рифмы соотносятся с разговорным названием пива **Ben Truman** в форме **Ben**, ставшим настолько популярным, что **Ben** ассоциируется с пивом вообще: **jenny wren** [20C] = **Ben**; **never again** [20C] = the beer **Ben Truman**. Известное у любителей пива как **Ben**, английское пиво **Ben Truman**, варится в Восточном Лондоне на пивоварне the Truman Brewery, названной в честь предпринимателя сэра Бенджамина («Бена») Трумана (Sir Benjamin Truman). Труман способствовал расширению производства. Его портрет был

помещен на этикетки пива (на которых он изображался как веселый толстяк с деревянной ногой) и использовался в рекламе вплоть до 1970-х с запоминающейся рекламной фразой “There’s more hops in Ben Truman” («В пиве Бен Труман больше хмеля»). Пивоварня закрылась в 1989 году, однако бренд был возрожден в 2010 году, и с 2013 года пиво снова варится в Восточном Лондоне с названием Truman’s. В рекламе пива «Бен Труман» (1980 и 1982 гг.) говорится, что Англия изменилась, но пиво «Бен Труман» по-прежнему варится с тем же традиционным мастерством и тщательностью под лозунгом «Вы можете вкушать хмель в Бене Трумане» (“You can taste the hops in Ben Truman”).

Рифма **pants and vest** [20C] = 1) **Best** (bitter beer); 2) **chest** кодирует полнотелое сухое пиво **Best Bitter** с идеальным балансом английского хмеля и солодового ячменя.

Пиво марки **Burton** или **Burton’s** (производное от **Burton beer** / **Burton’s beer** – бертонское пиво; пиво из Бертона), как и в случае с пивом **Bass**, которое варилось там же, и пивом **Ben**, которое варится в Восточном Лондоне, стало названием пива вообще. Его кодирует рифма **lace curtain** [20C] = **Burton beer** / **Burton’s beer**. Английский город Бертон считается родиной бертонского пива (пейл-эля), экономика которого на протяжении столетий была основана на производстве пива, получившего мировую известность в XIX веке. О популярности пива говорит отрывок из романа: And after his wife died, he’d drop over of a Saturday afternoon and smoke a pipe and drink a glass of ale. **Burton** he favoured; I always kept it for him (Cronin 1976: 260).

Две рифмы ассоциируются с популярными в Великобритании марками пива **Carling**. Первая рифма **Alistair/Alistair Darling = Carling**: You’re having a pint of **Yuri Gellar** (= **Stella**) and I’ll have **an Alistair**. Рифма употребительна в сокращенной версии. Она эксплуатирует имя бывшего британского политика-лейбориста, пожизненного пэра Алистера Маклина Дарлинга, барона Дарлинга Руланишского, который в годы премьерства Гордона Брауна выполнял обязанности министра финансов с 2007 по 2010 год. С 1987 по 2015 год Дарлинг был парламентарием и представлял шотландские округа. Он считался ключевым союзником Тони Блэра и Гордона Брауна, которые стремились модернизировать лейбористскую партию и превратить ее в Новую Лейбористскую партию (New Labour). Покинув Палату общин в 2015 году, Дарлинг стал пэром и состоял в ней до 2020 года. По данным Financial Times, Дарлинг был «одним из самых влиятельных послевоенных канцлеров в современной британской истории» (Giles 2024). Тони Блэр присоединился к дани уважения, назвав лорда Дарлинга «раритетом в политике».

Нам не удалось идентифицировать личность человека, ассоциируемого со второй рифмой **Roger Starling = Carling**.

Реклама Carling Lager утверждает, что это «лагер номер один в Великобритании». Сорт лагера **Carling Black Label** («Карлинг – Черная этикетка»), продаваемый в Великобритании, особенно известен своей юмористической рекламой, в которой персонаж говорит: «Держу пари, что он пьет Carling Black Label» (“I bet he drinks Carling Black Label”), когда другой персонаж делает что-то очень сложное или необычное (Longman 1999: 187).

Устоявшаяся рифма **Simple Simon** = 1) [1920s+] a **diamond**, usu. a diamond ring; 2) [1960s+] (drugs) psilocybin/psilocin [Green 2003: 1075] приобрела еще одно значение, важное в контексте торговых марок: **Simple Simon** = **Double Diamond** («Дабл дайамонд», фирменное название пива). В основу рифмы положено имя персонажа Саймона-простака в стихах для детей. Имя **Simple Simon** используется для обозначения глупого мужчины или мальчика, т. е. простофили, недотепы. (Томахин 2003: 511). Первоначально так звали глупого мальчишку из длинной детской песенки, который встретил пирожника, идущего на ярмарку, и попросил попробовать выпечку, а когда пирожник спросил, если у него пенни, чтобы заплатить, мальчик ответил, что у него нет ни гроша. Глупый мальчик также ловил кита в ведре, хотел узнать, растет ли слива в чертополохе и носил воду в решете (Горшунов 2024).

Не совсем точная рифма **photo finish** [20C] = (a pint of) **Guinness** (stout), the beer **Guinness** отсылает к фирменному названию крепкого темного пива одноименной ирландской компании (Великобритания 1980: 196), (Томахин 2003: 410), (Room 1990: 157). Когда портер наливают в стакан или кружку, на поверхности пива образуется кремово-белая пена. Можно предположить, что рифма намекает на легкую невнятность речи человека, много выпившего пива. В речи любителей Гиннеса рифма редуцируется до первого компонента **photo**. Гиннес считается национальным напитком Ирландии, и многие помнят фразу из старой рекламы: «Гиннес Вам полезен» ('Guinness is good for you') (Longman 1999: 587).

Несколько рифм соотносятся с разговорным названием крепкого лагера **Stella Artois** – **Stella**, знаменитого на весь мир бельгийского пива, которое пользуется большим спросом в Великобритании, например, рифма **Cinderella** = **Stella** (beer): I've been drinkin' **Cinderellas** all night. Это многозначная рифма, соотносимая с несколькими референтами: **Cinderella** = 1) **Stella**, beer; 2) **smeller**, the nose; 3) the colour **yellow**; 4) **yellow**, cowardly. Рифма отсылает к Золушке из сказки, известной по редакциям Шарля Перро, братьев Гримм и Джамбаттисты Базиле. Это хрестоматийная история о бедной девушке, оставшейся без матери. Ей приходится жить со злой мачехой и её дочерьми, которые унижают и обижают бедную девушку. На помощь Золушке приходит добрая крестная фея и помогает ей обрести своё счастье. Кроме обычной поддержки, фея превращает тыкву в карету, мышей в лакеев, дарит Золушке хрустальные туфельки и непередаваемой красоты платье, чтобы она смогла посетить королевский бал, где ее принимают за принцессу.

Рифма **David Mellor** = **Stella** (Artois) построена на имени Дэвида Джона Меллора, наделенного многими талантами и выполняющего разные роли. Меллор - британский политик, член Консервативной партии, телеведущий, журналист, королевский адвокат и футбольный эксперт. В качестве члена Парламента он представлял округ Патни с 1979 по 1997 год; работал в кабинете Джона Мейджора до ухода в отставку после серии скандалов в 1992 году.

Рифма **Keith / Keith Dellar** = **Stella** (beer), сокращаемая до первого компонента: I'll have a pint of **Keith**, отсылает к бывшему профессиональному игроку в дартс Киту Деллару, который выиграл чемпионат мира по дартсу среди профессионалов the Embassy World

Professional Darts Championship в 1983 году, став первым игроком, когда-либо выигравшим этот чемпионат в столь юном возрасте.

Имя Нельсона Мандела (**Nelson Mandela**), первого чернокожего президента ЮАР (с 1994 по 1999 год), одного из самых известных активистов в борьбе за права человека, ставшего могучим символом против апартеида, лауреата Нобелевской премии мира 1993 года (НБИЭС 2004: 578) также рифмуется с маркой знаменитого бельгийского пива «Стелла Артуа»: **Nelson Mandela = Stella** (Artois), причем рифма нередко употребляется в эллиптированной форме: A couple of **nelsons** please.

Рифма **Paul Weller = 1) Stella** (beer): Give us a **Paul Weller**; 2) **feller** эксплуатирует имя британского рок-музыканта, певца и автора песен Джона Уильяма Уэллера, наиболее известного как Пол Уэллер. Он добился наибольшей известности в 1979 - 1982 годах как гитарист-фронтмен рок-группы The Jam, которая была в коммерческом отношении наиболее успешной группой первой волны британского панк-рока.

Еще одна рифма, ассоциируемая с пивом Стелла, встречаемая в альтернативном написании и сводимая до первого компонента - **Uri / Uri Gella(r) / = Yuri Geller = Stella**, pint of **Stella**: Get us a pint of **Uri**. Она отсылает к иллюзионисту, мистификатору, телеведущему и самопровозглашенному экстрасенсу Ури Геллеру, который стал известным на весь мир благодаря сгибанию металлических ложек и другим предполагаемым психическим эффектам, в частности, остановке механических часов на лондонской башне Биг-Бен. Карьера Геллера как артиста насчитывает более четырех десятилетий: он участвовал в телевизионных шоу и выступлениях во многих странах, на протяжении многих лет используя простые фокусы для имитации эффектов психокинеза и телепатии.

И, наконец, шутивная рифма **Ooh Aah = Stella Artois** (beer): I'll have an **ooh aah**, которая кодирует полное название пенного напитка. Лагер Stella Artois известен тем, что он продается дороже других сортов пива (Longman 1999: 1325); бельгийское пиво сейчас в основном варят в Великобритании. Пенный напиток, с которым рифмуются имена политиков, музыканта и экстрасенса, с удовольствием пьют более чем в 80 странах мира, и он является пятым по величине международным пивным брендом.

Безалкогольная продукция представлена скромнее. Всемирно известную **Coca-Cola** чаще называют просто **Coke**, разг. «Кок». Ей посвящена рифма **holy smoke** [20C] = 1) **coke**, the fuel; 2) **Coke**, the drink **Coca-Cola**, которая встречается в редуцированной форме **holy**.

б) названия снежков. Рифмы, кодирующие названия снежков, легких закусок, включая сладости, немногочисленны. К этому сектору рифмованного сленга относятся две рифмы из нашей коллекции: **small geezers = maltesers** (Go down the frog and toad (= road) & get me a packet of **small geezers**) и **Stockport County = Bounty**.

**Maltesers** – «Молтизерз» - фирменное название шоколадного драже с пористой начинкой производства филиала компании «Марс» (Великобритания 1980: 265), (Томахин 2003: 399). Шоколад, впервые поступивший на рынок в 1936 году, несколько десятилетий подряд считался самым популярным кондитерским изделием в Великобритании. В ранних рекламных объявлениях содержалась фраза 'the chocolates with the less fattening center'

(«шоколадные конфеты с начинкой, не ведущей к ожирению») (Longman 1999: 824). Шоколадное драже Malteser изначально предназначалось для женщин. Оно продается по всему миру: в Европе, Австралии, Новой Зеландии, Канаде, США и на Ближнем Востоке.

Рифма **Stockport County = Bounty** кодирует фирменное название шоколадных конфет с начинкой из кокосовых орехов «Баунти» (Великобритания 1980: 67).

в) названия табачных изделий. Несколько рифм кодируют фирменные названия табачных изделий. Так, рифма **Dustin Hoffmans = Rothmans (cigarettes)** ассоциируется с фирменным названием сигарет «Ротманз» компании Rothmans International (Великобритания 1980: 358), (Томахин 2003: 418). Рифма основана на имени американского киноактера Дастина Хоффмана, который получил «Оскара» за лучшую роль в фильме «Крамер против Крамера». После потрясающей игры в «Тутси», Хоффман снова получил престижную премию за роль в фильме «Человек дождя» (НБИЭС 2004: 1089).

Прочной популярностью у солдат во время Первой и Второй мировых войн и в рабочей среде в начале 20 века пользовались дешевые крепкие сигареты без фильтра **Woodbine** (Wills Woodbine cigarettes brands): By the time she gets back to Number Thirty-five, Mrs Minney is installed in the kitchen, with a copy of Sporting Life spread out on the table, a pot of tea at her elbow and a **Woodbine** dangling from her hairy slit of a mouth (Mullaly 1971: 40).

Многие курильщики считают и уверяют, что курение им не вредит, а скорее приносит пользу и удовольствие. Идею удовольствия и пользы передает многозначная рифма **do me good** [late 19C] (BrE) = 1) a **Woodbine** cigarette; 2) **wood**; 3) (Aus.) **firewood** (рифма вошла в обиход в конце XIX века) и более поздняя рифма **do me goods = Woods** (Woodbines), как еще одно обозначение популярной марки сигарет **Woodbine**, известных в народе как **Woods**. Сигареты Woodbine были названы в честь жимолости; их выпуск был запущен в 1888 году компанией W.D. & H.O. Wills (Wills' Woodbine cigarettes, a cheap UK brand). Версия с фильтром была запущена в Соединенном Королевстве в 1948 году, но их производство было прекращено в 1988 году. Эти дешёвые сигареты были настолько популярны среди английских солдат, что стали прозвищем любого английского солдата. Сигареты **Woodbine** ассоциируются с курильщиками из рабочей среды и среднего класса. В народе сигареты часто ласково называли **woody/-ie** [20C] - «Вуди». Расширительно, так стали называть любые дешевые сигареты (any cheap cigarette).

Популярная марка сигарет разговорном названии **Wood(s)** получила прописку в рифмованном сленге также благодаря альтернативным рифмам **Robin Hood** = 1) [late 19C+] **good**, well-behaved; 2) **wood**, a **Woodbine** cigarette и **robin hoods** [20C] = 1) (material) **goods**; 2) **woods**, Woodbine cigarettes. Рифмы построены на имени полупоупендарного героя английских и шотландских баллад Робина Гуда, который предположительно жил в 12-13 веках, боролся против феодалов, помогал беднякам, раздавая им добро, отнятое у богачей.

г) названия учреждений сферы обслуживания. На очереди рифмы, кодирующие названия учреждений сферы обслуживания, а именно заведения быстрого питания. Одно из них – Бургер Кинг (**Burger King**) американской компании, которая владеет глобальной сетью ресторанов, специализирующихся на гамбургерах. Реклама уверяет, что Бургер Кинг – это

место, где готовят мясо на огне и это единственный массовый ресторан быстрого питания, где подают бургеры с мраморной говядиной Блэк Ангус. Основанный в 1954 году, Бургер Кинг занимает второе по величине место в мире среди сетей ресторанов быстрого питания, специализирующихся на гамбургерах. Ежедневно рестораны Бургер Кинг во всем мире обслуживают более одиннадцати миллионов посетителей. Кодированное данное заведение быстрого питания рифма **Itchy Ring = Burger King: I right fancy an Itchy Ring**.

Американская компания по продаже кофе и одноимённая сеть кофеен, предлагающая посетителям высоко качественный кофе и пирожные Starbucks Corporation – «Старбакс» – основана в Сиэтле в 1971 году. В разговорной речи название **Starbucks** может употребляться в форме диминутива – суффиксированного усечения по отношению к кофейне и кофе Старбакс, что нашло отражение в рифмованном сленге: **Ken and Barbies = Starbies** (Starbucks), а coffee from Starbucks. Рифма эксплуатирует имена «сладкой парочки» – куклы Барби (**Barbie**) и ее приятеля Кена (**Ken**). «Барби», популярная модель куклы (названа дизайнером по имени дочери) поступила на рынок в конце 1950-х годов; к ней выпускается огромное количество предметов одежды, туалета, игрушечных домов с предметами домашнего обихода и пр. После большого коммерческого успеха Барби компания «Маттел» стала выпускать и куклу-мальчика Кена, приятеля Барби, а также других друзей и подруг. Фирма выпускала куклу-мальчика Кена с 1961 по февраль 2004, когда компания решила устроить парочке «развод» и объявила о прекращении производства Кена.

Еще одна рифма, имеющая отношение к «Старбакс» – **Lisa Tarbucks = Starbucks** (Let's head for **Lisa Tarbucks!**), эксплуатирует имя неподражаемой комедийной актрисы Лизы Тарбак, теле- и радиоведущей, лицо которой стало одним из самых узнаваемых лиц на телеэкране. Большой успех пришел к актрисе, когда она сыграла Памелу Линч в комедийном сериале «Watching», который регулярно выходил с 1987 по 1993 год, где она появилась в 53 эпизодах. Долгое присутствие в сериале резко возвысило имя Лизы Тарбак в киноиндустрии. Она привлекла к себе внимание появлением в главной роли в романтической комедии «Линда Грин». Тарбак также отличилась как ведущая в таких шоу, как Without Prejudice («Без предвзятости»), The Big Breakfast («Большой завтрак») и Time Team («Команда времени»).

д) названия транспортных средств. Относительно репрезентативен сектор рифмованного сленга, кодирующий транспортные средства, включающий три рифмы из нашей коллекции: **Henry Fonda = Honda** 90 cc motorbike; **Scooby-Doo = 1) Subaru** (Let's have a go in ya **scooby-doo**); 2) (British prison sl.) **screw** (a prison warder) и **whiskey and soda 1) Voda** (mobile phone); 2) **Škoda**.

Рифма **Henry Fonda = Honda** эксплуатирует имя американского актера Генри Фонда, обаятельная манера исполнения которого сделала актера идеальным в роли американского пионера и благородного человека. Он снимался во многих фильмах и был удостоен премии «Оскар» как лучший актер за фильм «На Золотом пруду», в котором также снималась его дочь Джейн Фонда (НБИЭС 2004: 1059). **Хонда** – автомобиль или мотоцикл производства одноименной японской компании (Longman 1999: 638).

В основу рифмы **Scooby-Doo = Subaru** положено имя вымышленной собаки Скуберт «Скуби» Ду, главного персонажа одноименной серии мультсериалов, ставшей героем 1970-х. Мультсериал про говорящего немецкого дога и его друзей-подростков стал чрезвычайно популярным. Скуби и его друзья распутывают очередное преступление и передают преступников в руки закона. Кодированный референт – **Subaru** – автомобилестроительный бренд компании Subaru Corporation, выпускающей автомобили высокого качества сборки: надежность автомобилей Subaru подтверждают крупнейшие из авторитетных мировых рейтингов надежности. Так, в рейтинге 2021 года автомобили Subaru вошли в Топ-3 лучших автомобилей года, включая компактный кроссовер Subaru Forester, внедорожный универсал Subaru Outback.

**Škoda** – автомобиль одноименной компании, которая является крупнейшим производителем автомобилей в Чешской Республике. Автомобили **Škoda** продаются более чем в 100 странах.

е) названия бытовых товаров. Бытовые товары представлены рифмой **Vancouver = Hoover**, а vacuum cleaner. Рифма построена на названии канадского города Ванкувер на юго-западе штата Вашингтон, на северном берегу р. Колумбия, основанном в 1825 как форт Ванкувер. Сегодня Ванкувер - динамичный морской порт, один из самых густонаселенных и разнообразных в этническом плане городов Канады. Благодаря живописным горным пейзажам его часто выбирают для съемок фильмов. Город получил ошутимое развитие в 1860-е в период «золотой лихорадки».

Кодируемая рифмой торговая марка пылесосов **Hoover** производится одноименной компанией, которая на протяжении XX века являлась на Британских островах одной из доминирующих в отрасли электрических пылесосов до такой степени, что торговая марка Hoover стала синонимом пылесосов в Великобритании и Ирландии. Несмотря на то, что Hoover больше не является лидером продаж пылесосов в Великобритании, термин “hoover” (в значении «пылесос», «пылесборник») остался обобщенным товарным знаком.

ж) названия фирм. Завершим анализ рифм необычной рифмой **mops / Mop and broom = fruit of the loom** (Get yer mops on), которая отсылает к американской компании **Fruit of the Loom**, производящей одежду, в частности нижнее белье. В рекламном каталоге компании Fruit of the Loom, мирового производителя качественной продукции, представлен большой выбор нижнего белья, трусиков, бюстгалтеров, футболок, спортивных костюмов, брюк, толстовок, носков, термобелья и многого другого.

**Заключение.** Таким образом, в статье, нацеленной на рассмотрение случаев кодирования и обыгрывания рекламных реалий (торговых марок и брендов), называющих или выпускающих фирменную продукцию, на материале рифмованного сленга были рассмотрены 34 рифмы, но с учетом эллиптированных версий, которые иногда регистрируются как отдельные рифмы, их число увеличивается до 43.

Рифмы были представлены тематически и в алфавитном порядке и отразили: а) названия алкогольных, слабоалкогольных и безалкогольных напитков; б) названия снежков; в) названия табачных изделий; г) названия учреждений сферы обслуживания; д) названия

транспортных средств; е) названия бытовых товаров; ж) названия фирм. Торговые марки и бренды, кодируемые рифмами, представлены в сводной таблице:

Напитки	Снэки	Табачные изделия	Рестораны	Производители	Транспортные средства	Бытовые товары
Bacardi Bass Ben Best (bitter beer) Burton Carling Double Diamond Guinness Stella (Artois) Coke	Malteasers Bounty	Rothmans Wood	Burger King Starbies Starbucks	Fruit of the loom	Honda Skoda Subaru	Hoover
10	2	2	3	1	3	1

Рифмы, представленные в статье, построены на фирменных названиях и брендах, хорошо известных и хорошо знакомых носителям англоязычной культуры, так как они входят в их «культурную грамотность». Анализ рифм, отсылающих к рекламным реалиям – прагматонимам и эргонимам, выявил, что среди рифм, соотносимых с наименованиями товаров и фирм-производителей, получившим социокультурную характеристику в статье, наиболее ярко представлены рифмы, кодирующие напитки и, в первую очередь, различные марки и сорта пива (из 19 полных рифм для напитков 16 полных рифм имеют отношение к различным сортам и маркам пива), что свидетельствует о большой и давней популярности пива, которое остается самым любимым напитком жителей Великобритании. Внимания заслуживают также рифмы, кодирующие заведения питания (рестораны и кафе) и транспортные средства (автомобили и мотоциклы).

Рифмы, анализируемые в статье в социокультурном освещении, обладают лингвострановедческой и лингвокультурологической ценностью, поскольку отражают культурно-прецедентные феномены (имена, ситуации, исторические реалии) в контексте культурной грамотности.

## ЛИТЕРАТУРА

Горшунов Ю.В. Фольклорные ассоциации рифмованного сленга / Ю. В. Горшунов // Многоязычие в образовательном пространстве. Том 16. Выпуск 1 (20), 2024. С. 88-95.

Горшунов Ю.В., Горшунова Е.Ю. Обыгрывание торговых марок, брендов и слоганов в юмористических, шутливых и ироничных контекстах // Успехи современной науки и образования. 2017. Т. 44, № 2. С. 55-59.

Горшунов Ю.В., Горшунова Е.Ю. Рекламные реалии, обыгрываемые в английских детских шутках и загадках // Язык и литература в поликультурном пространстве: материалы Межд. науч.-практ. конф. 21 ноября 2021. Выпуск 15. Бирск: Бирский филиал БашГУ, 2021. С. 24-29.

Горшунова Е.Ю., Горшунов Ю.В. Рифмованный сленг как средство маскировки алкогольной и наркотической зависимости // Вестник МГИМО Университета. 2013. № 1. С. 212-217.

Кто есть кто в мире: большой биографический справочник / Гл. ред. Г. П. Шалаева. М.: СЛОВО, Эксмо, 2007. 1264 с.: ил.

Кудрявцев А.Ю., Куропаткин Г.Д. Англо-русский словарь сленга и ненормативной лексики. М.: Издательство АСТ; Харьков: Торсинг, 2004. 383 с.

Новый большой иллюстрированный энциклопедический словарь: М.: Издательство «АСТ»: Издательство Астрель: ИПЦ «Дизайн. Информация. Картография», 2004. ЛШ, [1256] с.: ил., карт.

Павловская А.В. Англия и англичане. М.: Изд-во Моск. ун-та; Триада, ЛТД, 2004. 264 с.

Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. М.: Наука, 1988. 192с.

Рум А.Р.У., Колесников Л.В., Пасечник Г.А. и др. Великобритания. Лингвострановедческий словарь. 9500 единиц. М.: Рус. яз., 1980. 480 с.

Томахин Г.Д. Лингвострановедческий словарь Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2003. 720 с.

Ayto John. Oxford dictionary of Rhyming Slang // John Ayto. Oxford University Press, 2003. 309p.

Cronin A.J. The Northern Light. Kiev: Dnipro Publishers, 1976. 263 с.

Giles C. Alistair Darling, UK chancellor, 1953–2023 / Chris Giles // Financial Times. (30 November 2023). Retrieved 21 May 2024.

Green J. The Big Book of Rhyming Slang // Jonathon Green. London: Cassel, 2002. 334 p.

Green J. Cassell's Dictionary of Slang // Jonathon Green. London: Cassel, 2003. 1316p.

Hirsh E.D.Jr. Cultural Literacy: What Every American Needs to Know / E. D. Hirsh. N.Y.: Vintage Books: Random House, 1988. 251 p.

Longman Dictionary of English Language and Culture: Longman, 1999. 1568 p.

Mullally F. Clancy // Frederic Mullally. London: Pan Books Ltd, 1971. 576 p.

Perkins D. C. Cockney Rhyming Slang / D. C. Perkins. A Domino Book, 2004. 48p.

Room A. An A to Z of British Life: Dictionary of Britain / Adrian Room: Oxford University Press, 1990. 480 p.

URL: <https://clck.ru/3LiM5C>

© Горшунов Ю.В., 2025