



Received: January 9, 2025
Accepted: February 20, 2025
Available online: February 25, 2025

Маркс Абдуллаев

Базовый докторант
Узбекский государственный университет
мировых языков
Ташкент, Узбекистан

Marks Abdullayev

Tayanch doktorant
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Toshkent, O'zbekiston
E-mail: cazador@yandex.ru
ORCID iD: 0000-0002-1236-7542

Гульноза Нарбаева

Докторант
Доктор философии по филологическим
наукам (PhD)
Узбекский государственный университет
мировых языков
Ташкент, Узбекистан

Gulnoza Narbayeva

Doktorant
Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Toshkent, O'zbekiston
E-mail: nozik24.09@bk.ru
ORCID iD: 0000-0002-9224-1922

КОГНИТИВНАЯ ПРИРОДА ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЛЕНГОВЫХ И ТАБУИРОВАННЫХ ВЫРАЖЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

ZAMONAVIY ISPAN TILIDA SLENG HAMDA TABULASHGAN SO'ZLAR SHAKLLANISHI VA QO'LLANILISHINING KOGNITIV XUSUSIYATLARI

АННОТАЦИЯ

ABSTRACT

Данное исследование посвящено углублённому изучению когнитивной природы сленга и табуированной лексики в современном испанском языке, с особым акцентом на их формирование, эволюцию и адаптацию под влиянием социальных, культурных и лингвистических изменений. Основная цель исследования заключается в выявлении ключевых когнитивных механизмов, лежащих в основе создания, интерпретации и активного использования сленговых выражений, а также в тщательном анализе влияния культурных, социолингвистических и общественных факторов на данные процессы.

Методология исследования включала когнитивно-лингвистический анализ широкого спектра сленговых выражений, представленных с использованием методов метафорического, семантического и прагматического анализа, а также на основе анкетирования носителей испанского языка. Были подробно изучены примеры сленговых выражений, которые ярко отражают процессы метафоризации, метонимии и переосмысления, а также трансформации значений слов под воз-

Ушбу tadqiqot zamonaviy ispan tilidagi sleng va normativ bo'lmagan leksikaning kognitiv tabiatini o'rganishga bag'ishlangan va ularning shakllanishi, taraqqiyoti, evolyutsiyasi va ijtimoiy hamda madaniy o'zgarishlar ta'siri ostidagi adaptatsiya jarayonlariga alohida e'tibor qaratilgan. Tadqiqotning asosiy maqsadi sleng ifodalarini yaratish, tarqatish va qo'llashning asosida yotgan asosiy kognitiv mexanizmlarni aniqlash, shuningdek, bu jarayonlarga ijtimoiy, madaniy va kommunikativ omillarning ta'sirini keng qamrovda tahlil qilishdan iboratdir.

Tadqiqot metodologiyasi metaforaviy tahlil, semantik tahlil va kognitiv-lingvistik yondashuvga asoslangan, ayni paytda, sleng ifodalarni o'rganishda ispan millatiga mansub respondentlar o'rtasida so'rovnomalarni ham o'tkazilgan. Metafora va metonimiya jarayonlarini aks ettiradigan, shuningdek, ijtimoiy va madaniy o'zgarishlar ta'sirida so'z ma'nolarining o'zgarishi, qayta shakllanishi va yangilanishiga olib kelgan sleng ifodalari misollari atroflicha tahlil qilingan. Bundan tashqari, ispan tilida so'zlashuvchi turli davlatlarda slengdan foydalanish holatlari qiyosiy o'rganilib, mintaqaviy xususiyatlar

действием глубоких социальных и культурных сдвигов. Кроме того, проводился сравнительный анализ использования сленга в различных испаноязычных странах с целью выявления региональных особенностей и влияния локальных культурных контекстов на развитие и функционирование языка.

Результаты проведенного исследования показывают, что сленг в испанском языке является не только гибким средством выражения, но и важным инструментом культурной и социальной идентификации, играющим значительную роль в коллективной коммуникации. Было установлено, что когнитивные механизмы, такие как метафоры, метонимии и ассоциативные связи, играют ключевую роль в формировании сленговых выражений, делая их многозначными, выразительными и легко адаптируемыми к различным дискурсивным ситуациям. Исследование также выявило существенное влияние культурных, социальных и политических факторов на эволюцию и трансформацию сленга, включая его смягчение, адаптацию и переосмысление значений под воздействием политической корректности, глобализации и медийного пространства.

Оригинальность данной работы заключается в комплексном междисциплинарном подходе к изучению сленга, который объединяет когнитивные, социальные, культурные и прагматические аспекты анализа. Это исследование не только углубляет научное понимание сленговых выражений как важного феномена языка, но и открывает новые перспективы для преподавания испанского языка, повышения эффективности межкультурной коммуникации и разработки современных образовательных материалов, способствующих более глубокому и осознанному погружению в языковую и культурную среду.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, сленг, табуированная лексика, метафора, социальная идентификация, эволюция языка, метонимия, когнитивная природа, испанский язык, межкультурная коммуникация.

ВВЕДЕНИЕ

В последние десятилетия исследование сленга и табуированной лексики в языках мира приобрело особую актуальность в связи с тем, что эти элементы становятся все более заметными в повседневной речи. Современный испанский язык не является исключением: использование сленговых и табуированных вы-

амда mahalliy madaniy kontekstlarning til rivojlanishiga ko'rsatayotgan ta'siri aniqlangan.

Tadqiqot natijalari shundan dalolat beradiki, zamonaviy ispan tilidagi sleng faqatgina ekspressiv ifoda vositasi bo'lib qolmasdan, balki madaniy va ijtimoiy identifikatsiyaning muhim va ta'sirli instrumenti hisoblanadi. Aniqlanishicha, kognitiv mexanizmlar, ayniqsa, metaforalar va metonimiyalar, sleng ifodalarini shakllantirish jarayonida muhim o'rin tutadi hamda ularni ko'p ma'noli, ta'sirchan va yuqori darajada faol ifoda vositasiga aylantiradi. Shuningdek, tadqiqot davomida madaniy, ijtimoiy va siyosiy omillarning, jumladan, siyosiy to'g'rilik talablari, globallashtirish jarayonlari va ommaviy axborot vositalari ta'sirida slengning yumshashi, adaptatsiyasi va ma'nolarni qayta baholash tendensiyalari keng ko'lamda namoyon bo'layotgani ochib berilgan.

Ushbu ishning originalligi slengni o'rganishda bir vaqtning o'zida kognitiv, ijtimoiy va madaniy nuqtayi nazardan shakllangan munosabatlarni uyg'unlashtirgan kompleks ilmiy yondashuvda namoyon bo'ladi. Bunday yondashuv nafaqat sleng ifodalarini til fenomeni sifatida chuqurroq anglash imkonini beradi, balki ispan tilini o'qitish jarayonida samarali uslublarni ishlab chiqish, madaniyatlararo aloqalarni yanada takomillashtirish, til va madaniy muhitga chuqurroq kirib borish uchun xizmat qiluvchi ta'lim materiallarini yaratishda yangi ilmiy va amaliy yo'nalishlarni ochib beradi.

Kalit so'zlar: kognitiv tilshunoslik, sleng so'zlar, taqiqlangan leksika, metafora, ijtimoiy identifikatsiya, til evolyutsiyasi, metonimiya, kognitiv tabiat, ispan tili, madaniyatlararo kommunikatsiya.

ражений широко распространено в различных слоях общества, начиная от молодежных субкультур и заканчивая медиа и популярной культурой. В этой связи возникает необходимость глубокого и многопланового анализа механизмов формирования и функционирования этих языковых явлений.

Актуальность исследования обусловлена важностью понимания когнитивных основ, которые лежат в основе создания и использования сленговых и табуированных выражений в испанском языке. Сленг, будучи динамичным и изменчивым явлением, отражает изменения в обществе, культурные тенденции и индивидуальные особенности носителей языка. Он выполняет не только коммуникативную функцию, но и служит средством самовыражения, идентификации и социальной дифференциации. Табуированная лексика, в свою очередь, часто используется для выражения сильных эмоций, протеста или для усиления эмоционального воздействия, что также требует особого внимания с точки зрения когнитивной лингвистики.

Целью данного исследования является анализ когнитивных механизмов, которые способствуют формированию и использованию сленговых и табуированных выражений в современном испанском языке. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- выявить основные когнитивные процессы, участвующие в создании новых сленговых выражений;
- проанализировать примеры сленговых и табуированных выражений, представленных в современном словаре;
- определить влияние социальных и культурных факторов на использование и распространение сленга.

Объектом исследования являются сленговые и табуированные выражения, которые активно используются в различных социальных контекстах. Исследование фокусируется на том, как эти элементы языка функционируют в повседневной речи и каким образом они отражают ментальные и культурные процессы, происходящие в обществе.

Предметом исследования являются когнитивные механизмы, которые лежат в основе формирования и использования сленговых и табуированных выражений в испанском языке. Это включает в себя изучение концептуальных метафор, ментальных моделей, а также культурных и социальных факторов, которые влияют на создание и употребление этих выражений.

Научная новизна исследования заключается в том, что оно представляет собой одно из первых систематических исследований когнитивных основ сленга и табуированной лексики в современном испанском языке. В отличие от традиционных исследований, которые сосредоточены на описании и классификации сленговых выражений, данное исследование направлено на изучение когнитивных механизмов, которые делают возможным появление и функционирование этих языковых феноменов.

Таким образом, данная работа является важным вкладом в область когнитивной лингвистики, социолингвистики и испанистики. Она не только расши-

ряет наши знания о природе сленга и табуированной лексики, но и открывает новые перспективы для дальнейших исследований, которые могут быть полезны как в академической, так и в практической сфере, например, в преподавании испанского языка и в межкультурной коммуникации.

МЕТОДЫ

Методология данного исследования основывается на междисциплинарном подходе, который включает в себя элементы когнитивной лингвистики, социолингвистики и семантического анализа. В рамках данного исследования используются как теоретические, так и эмпирические методы для изучения сленговых и табуированных выражений в современном испанском языке. Основные подходы, на которые опирается исследование, включают когнитивный анализ метафор, концептуальный анализ и социолингвистический анализ.

Когнитивный анализ

Основу методологии составляет когнитивный анализ, который направлен на изучение ментальных структур, лежащих в основе языковых явлений. Когнитивная лингвистика рассматривает язык как отражение человеческого мышления и восприятия мира, а метафоры и метонимии как ключевые механизмы концептуализации опыта.

Одним из основоположников когнитивной лингвистики является Дж.Лакофф, который в своей работе «*Metaphors We Live By*», написанной в соавторстве с М.Джонсоном, предложил идею концептуальных метафор [Lakoff & Johnson, 1980]. Эти метафоры играют важную роль в формировании новых языковых выражений, включая сленг. В данном исследовании особое внимание уделяется метафорическим моделям, которые используются для создания сленговых и табуированных выражений в испанском языке.

Другим важным исследователем в области когнитивной лингвистики является Ж.Фоконье, который в своих работах (например, «*Mental Spaces*») исследует понятие ментальных пространств и их роль в формировании языковых значений [Fauconnier, 1994]. Эти концепции также важны для понимания того, как возникают и развиваются сленговые выражения.

Социолингвистический анализ

Социолингвистический подход позволяет рассмотреть, как сленговые и табуированные выражения функционируют в различных социальных группах, а также как они отражают и формируют социальную идентичность [Fasold, 1984]. В этом контексте работы У.Лабова, который считается основоположником вариативной социолингвистики, играют ключевую роль. Его исследования (например, «*Sociolinguistic Patterns*») показывают, как социальные и культурные факторы влияют на языковое поведение, включая использование сленга [Labov, 1972].

Кроме того, значительный вклад в изучение связи между языком и социальной идентичностью внесла П.Экерт. В своей работе «*Jocks and Burnouts: Social Categories and Identity in the High School*» она исследует, как подростки используют язык для создания и поддержания своей социальной идентичности

[Eckert, 1989]. Ее подход к изучению социальных групп и их языкового поведения применяется в данном исследовании для анализа использования сленговых выражений в различных социальных контекстах.

Семантический анализ

Семантический анализ направлен на изучение значений и функций сленговых и табуированных выражений в контексте повседневной речи. Для этого используются методы компонентного анализа и анализа значений в контексте, предложенные в работах таких лингвистов, как Д.Лайонс («Introduction to Theoretical Linguistics») [Lyons, 1968] и Ч.Филлмор («Frame Semantics») [Fillmore, 1976]. Эти методы помогают выявить, как значения сленговых выражений варьируются в зависимости от контекста и как они связаны с когнитивными процессами.

Эмпирическая база исследования

Эмпирическая база исследования основывается на анализе профессиональной деятельности гидов-переводчиков испанского языка, работающих с туристами из испаноязычных стран. Методология исследования включала анкетирование, в ходе которого респондентам предлагалось указать часто используемые слова и выражения табуированной лексики в рамках допустимого употребления.

Данное эмпирическое исследование было реализовано при содействии туристических агентств, таких как «El Mundo», «Travelistan», «Marco Polo Central Asia Travel», «Steppe Journeys», «Sharq Intour» и «Dolores Travel», а также при участии квалифицированных гидов-переводчиков: Д.Хаитова (испанский и португальский языки), Р.Абдусаттарова (испанский и итальянский), А.Хатамова (испанский и английский), Б.Иброхимова (испанский), А.Абдуллаева (испанский и английский) и других специалистов. Выборка исследования составила более 500 туристов из испаноязычных стран, посетивших Узбекистан в период с апреля по сентябрь 2022 года включительно.

Этот методологический подход был также успешно применен в последующих исследованиях [Abdullayev, 2025; 149], где метапрагматические аспекты использования сленга и табуированной лексики изучались с применением комплексной методологии, включающей опросы информантов, направленные интервью и анализ корпусного материала.

Выбранные выражения были классифицированы и проанализированы с использованием вышеописанных методов. Особое внимание уделялось выражениям, которые наиболее ярко иллюстрируют когнитивные механизмы создания сленга, такие как метафоры, метонимии и другие когнитивные схемы.

Таким образом, методология данного исследования основывается на сочетании когнитивного, социолингвистического и семантического анализа, что позволяет всесторонне исследовать когнитивные механизмы формирования и использования сленговых и табуированных выражений в современном испанском языке. Применение теоретических основ, разработанных такими учеными,

как Дж.Лакофф и М.Джонсон, Ж.Фоконье, У.Лабов и П.Экерт, обеспечивает надежную научную базу для анализа и интерпретации полученных данных.

Когнитивные основы сленга и табуированной лексики

Язык является отражением ментальных процессов, которые происходят в сознании его носителей. В этой связи сленг и табуированная лексика, как особые языковые явления, представляют собой плод работы когнитивных механизмов, лежащих в основе создания новых выражений. Одним из ключевых аспектов когнитивного подхода к исследованию сленга является изучение образных схем и метафор, которые играют важную роль в формировании и развитии этих языковых элементов.

Образные схемы и метафоры как основы создания новых сленговых выражений

Образные схемы и метафоры являются одними из основных инструментов когнитивной лингвистики, которые помогают понять, как новые языковые выражения формируются и закрепляются в языке. Дж.Лакофф и М.Джонсон утверждают, что метафоры не просто украшают речь, но являются фундаментальными для человеческого мышления и восприятия мира. Они позволяют людям воспринимать и интерпретировать абстрактные понятия через призму более конкретных и понятных образов [Lakoff & Johnson, 1980].

Как отмечается в недавних исследованиях, «сленг в испанском языке обладает многозначностью и часто включает в себя элементы метафоричности и культурных ассоциаций. Например, выражение *estar en las nubes* («витать в облаках») используется для описания человека, который отвлекся и не замечает, что происходит вокруг...». Это выражение передает идею рассеянности, используя метафору небес для обозначения ментальной отстраненности [Abdullayev, 2024; 146].

Например, в испанском сленге часто встречаются выражения, основанные на метафоре «ЖИЗНЬ – ЭТО ПУТЕШЕСТВИЕ», где различные аспекты жизни и человеческих отношений описываются через термины, связанные с движением или путешествием. Такие выражения, как «*irse por las ramas*» (букв. «уходить по ветвям», что означает отвлекаться от темы) или «*abrirse camino*» (букв. «прокладывать себе путь», что означает преуспевать), основаны на метафорической модели, где физическое движение или действие передает более сложное абстрактное значение.

Дж.Фоконье исследует понятие ментальных пространств, которые являются динамическими структурами, используемыми для организации и интерпретации информации [Fausconnier, 1994, 1997]. С помощью ментальных пространств носители языка создают новые значения, комбинируя элементы из различных концептуальных доменов. В сленге это проявляется через создание новых смыслов путем переноса значений из одного контекста в другой, что придает словам новые, иногда неожиданные оттенки.

Примеры сленговых выражений, основанных на метафорах, можно найти

в испаноязычной молодежной субкультуре, где такие выражения, как «*comerse el coco*» (букв. «съесть мозг»), что означает слишком сильно беспокоиться), наглядно демонстрируют, как когнитивные механизмы влияют на язык. Эти выражения иллюстрируют способность носителей языка использовать образные схемы для передачи сложных эмоциональных состояний и мыслительных процессов через простые, но мощные метафоры.

Таким образом, образные схемы и метафоры являются неотъемлемыми элементами когнитивного подхода к исследованию сленга и табуированной лексики. Они не только помогают объяснить происхождение новых выражений, но и раскрывают глубинные когнитивные процессы, лежащие в основе их формирования. Исследования Дж.Лакоффа и Дж.Фоконье подчеркивают важность этих механизмов для понимания того, как люди воспринимают и используют язык в повседневной жизни и как эти процессы отражаются в сленге и табуированной лексике.

Примеры выражений, основанных на метафорах и метонимиях

Когнитивная лингвистика предлагает инструменты для анализа того, как метафоры и метонимии становятся основой формирования сленговых выражений. Метафоры позволяют нам понимать и интерпретировать абстрактные идеи через более конкретные образы, в то время как метонимии создают ассоциации на основе смежности понятий, часто через использование части для обозначения целого или наоборот [Ricoeur et al., 1977].

Дж.Лакофф и М.Джонсон подчеркивают, что метафоры являются не просто украшением речи, а основными когнитивными инструментами, с помощью которых люди организуют и понимают свой опыт [Lakoff & Johnson, 1980]. Например, в испанском языке существует множество сленговых выражений, которые основаны на метафорах. Рассмотрим несколько примеров:

«*Estar en las nubes*» (букв. «быть в облаках») – это выражение используется для описания состояния человека, который отвлечен, несосредоточен или витает в облаках. Метафора здесь заключается в переносе состояния физического нахождения в облаках на когнитивное состояние отсутствия концентрации или мечтательности. Метафорическая схема «УМ – ЭТО ФИЗИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО» позволяет понять, как сознание может «находиться» в различных метафорических местах.

«*Estar quemado*» (букв. «быть сгоревшим») – это выражение описывает человека, который устал или выгорел морально и физически. Здесь используется метафора «ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ – ЭТО ТЕПЛО», где крайнее эмоциональное или физическое истощение сравнивается с состоянием, когда что-то сгорает.

Ж.Фоконье, развивая идеи Дж.Лакоффа, в своих работах исследует понятие ментальных пространств, которые помогают нам понимать сложные ситуации через простые, знакомые образы [Fauconnier, 1994, 1997]. В испанском сленге примеры выражений, основанных на метонимиях, также широко распространены. Метонимии, в отличие от метафор, строят свои значения на основе

смежности понятий. Рассмотрим несколько примеров:

«*Tener buena mano*» (букв. «иметь хорошую руку») – это выражение используется для описания человека, который хорошо справляется с определенной задачей, например, в готовке или уходе за растениями. Метонимия здесь заключается в использовании части тела (руки) для обозначения навыка или умения человека в целом. Это пример метонимии «ЧАСТЬ ВМЕСТО ЦЕЛОГО», где «рука» символизирует не просто физическую часть тела, а весь навык или умение человека. Это выражение наглядно демонстрирует, как метонимический перенос позволяет создать новое значение на основе смежности понятий.

Эти примеры демонстрируют, как метафоры и метонимии служат основными когнитивными механизмами, которые лежат в основе создания и использования сленговых выражений в испанском языке. Через метафорические переносы и метонимические ассоциации абстрактные понятия становятся понятными и осязаемыми, что позволяет носителям языка более эффективно выражать свои мысли и эмоции.

Исследования Дж.Лакоффа и Ж.Фоконье подчеркивают, что эти когнитивные процессы не только формируют новые языковые выражения, но и отражают глубокие ментальные модели, которые лежат в основе человеческого мышления. Это делает сленг и табуированную лексику важным объектом изучения для когнитивной лингвистики, так как они предоставляют уникальное окно в ментальные процессы, формирующие язык и культуру.

Роль концептуальных метафор в сленге

Концептуальные метафоры играют важную роль в формировании и развитии сленговых выражений, позволяя носителям языка передавать сложные идеи и эмоции через более простые и понятные образы. Метафоры позволяют перенести значение с одного концептуального домена на другой, создавая новые смыслы и оттенки значений. Рассмотрим несколько примеров из испанского сленга, которые демонстрируют использование метафорических моделей.

Одним из примеров является выражение «*abrir la mano*» (букв. «открыть руку»), которое в сленговом значении означает «проявлять благородство или терпимость». Эта метафора основана на концептуальной модели, где «РУКА» ассоциируется с контролем, жесткостью или властью, а ее «открытие» указывает на расслабление, доброту или щедрость. В этом выражении перенос значения происходит с физического действия на абстрактное понятие, что позволяет легко понять смысл выражения в контексте.

Другими примерами являются выражение «*achuchón*» (букв. «сжатие», «объятие»), которое используется в значении «приступ боли» или «сильное любовное объятие». Здесь мы видим метафорическое использование физического действия (сжатие) для описания эмоционального или физического состояния. Этот пример иллюстрирует, как физическое взаимодействие может быть метафорически перенесено на описание эмоционального состояния или боли.

«*Tener el corazón de piedra*» (букв. «иметь каменное сердце») – выражение, означающее быть черствым, безэмоциональным или жестоким человеком.

В основе метафоры лежит модель «ЧУВСТВА – ЭТО СУБСТАНЦИЯ», где «камень» символизирует жесткость, отсутствие мягкости и чувствительности. Таким образом, метафора «каменное сердце» передает идею эмоциональной неотзывчивости.

«*Ahogarse en un vaso de agua*» (букв. «утонуть в стакане воды») – это выражение используется для описания человека, который преувеличивает сложности или не может справиться с простой задачей. Метафора здесь основана на модели «ПРОБЛЕМЫ – ЭТО ЖИДКОСТЬ», где «утопление» символизирует неспособность справиться даже с минимальными трудностями, что передается через образ маленького объема воды.

«*Cortar el bacalao*» (букв. «разрезать треску») – в сленговом значении означает быть главным, контролировать ситуацию или принимать решения. Метафора строится на модели «ВЛАСТЬ – ЭТО ДЕЙСТВИЕ», где «разрезание трески» символизирует контроль над ресурсами или распределение чего-то важного. Эта метафора позволяет носителям языка передать идею лидерства или доминирования через образ конкретного действия.

«*Estar hecho polvo*» (букв. «быть сделанным из пыли») – означает быть крайне уставшим или разбитым. В основе метафоры лежит модель «ЧЕЛОВЕК – ЭТО СУБСТАНЦИЯ», где «пыль» символизирует истощение или разложение. Такое выражение передает идею крайней физической или эмоциональной усталости через образ пыли, которая ассоциируется с чем-то разрушенным или изношенным.

Эти примеры подчеркивают, что концептуальные метафоры и метонимии являются мощными когнитивными инструментами, которые играют ключевую роль в формировании и использовании сленга и табуированной лексики в испанском языке. Они позволяют носителям языка не только выразительно передавать свои мысли и чувства, но и создавать новые языковые формы, которые глубоко укоренены в ментальных и культурных моделях восприятия мира. Исследования Дж.Лакоффа и М.Джонсона [Lakoff & Johnson, 1980], а также использование концепций Ж.Фоконье [Fauconnier, 1994, 1997] помогают понять, как эти когнитивные механизмы работают в языковой практике и каким образом они способствуют языковой инновации и изменению.

Семиотические аспекты табуированной лексики

Семиотика, как наука о знаках и знаковых системах, играет важную роль в анализе языка, особенно в контексте сленга и табуированной лексики [Есо, 1976]. Табуированная лексика, будучи частью сленгового языка, представляет собой сложное явление, где значение слов часто изменяется, и эти изменения отражают культурные и социальные процессы. В этой главе рассматривается взаимосвязь знаков и значений в контексте сленга, а также анализируются примеры табуированной лексики, основанные на изменении семантики слов.

Согласно теории знаков, предложенной Ф. де Соссюром, знак состоит из означаемого (концепта) и означающего (звукового образа) [Saussure, 1959]. В сленге и табуированной лексике часто происходит смещение или трансформа-

ция означаемого, что приводит к изменению значения слова. Эти изменения могут быть вызваны различными факторами, такими как метафоризация, метонимия или социальные контексты. Ч. Пирс, развивая семиотическую теорию, также подчеркивал, что значение знака может быть динамическим и изменяться в зависимости от интерпретации [Peirce, 1931–1958].

В сленге значение слов часто расширяется или трансформируется, чтобы передать новые смыслы, которые не всегда очевидны в стандартном языке. Это связано с тем, что сленг и табуированная лексика часто используются для создания новых социальных идентичностей, выражения протеста или усиления эмоционального воздействия.

Анализ примеров табуированной лексики, основанных на изменении семантики слов

В испанском сленге множество примеров табуированной лексики демонстрирует, как изменяется семантика слов. Рассмотрим некоторые из них.

«*Cabrón*» (букв. «козел») – это слово в стандартном испанском языке относится к животному, но в сленговом употреблении оно приобрело значение «презренный, ничтожный человек» или «рогоносец». Изменение семантики здесь происходит за счет ассоциации животного с негативными качествами человека, такими как жестокость или подлость. Таким образом, слово «*cabrón*» в контексте сленга используется для обозначения человека, который вызывает презрение или которого презирают за его действия.

«*Joder*» (букв. «физиологическое конвергентное взаимодействие») – в испанском сленге это слово используется в самых разных контекстах, начиная от выражения крайнего удивления и заканчивая оскорблением. Слово «*joder*» служит примером изменения семантики, где его первоначальное значение расширилось до обозначения сильного эмоционального состояния, раздражения или даже восхищения. Это слово стало многозначным и используется в самых разных социальных контекстах, от простых разговоров до ситуаций конфликтов.

«*Cojones*» (букв. «тестикулы») – в сленге это слово используется для выражения храбрости, силы или, наоборот, трусости, в зависимости от контекста. Например, выражение «*tener cojones*» означает «иметь смелость» или «быть храбрым», в то время как «*no tener cojones*» указывает на трусость. Здесь происходит изменение семантики от прямого анатомического значения к метафорическому обозначению мужества или силы.

«*Hijo de puta*» (букв. «сын проститутки») – это выражение используется как оскорбление, но его значение может варьироваться в зависимости от интонации и контекста. В некоторых случаях оно может использоваться даже как проявление дружеской грубости среди близких друзей. Первоначально оскорбительное значение, связанное с происхождением, со временем приобрело более широкий спектр значений, включая насмешку и грубое шутливое обращение.

«*Hostia*» (букв. «облатка») – в испанском сленге слово «*hostia*» используется для выражения удивления, раздражения или даже как грубое междометие. Например, выражение «*¡Qué hostia!*» может означать «Какого черта!» или «Вот

это да!». Первоначальное религиозное значение было переосмыслено и расширено до выражения сильных эмоций, часто с негативным оттенком.

«*Pendejo*» (букв. «пух» или «волосы на теле») – в сленге, особенно в Мексике, данное слово используется для обозначения глупого или наивного человека, часто с уничижительным оттенком. Изначальное значение, связанное с волосами на теле, было метафорически перенесено на характеристики личности, что подчеркивает изменение семантики слова.

«*Gilipollas*» (букв. «тупица, дурак») – изначально использовалось как оскорбительное слово для обозначения глупого человека, но со временем оно приобрело более широкий спектр значений и может использоваться как мягкое оскорбление среди друзей или даже в шутовском контексте. Это слово показывает, как оскорбление может эволюционировать в зависимости от социальных норм и контекста.

«*Hacer la vista gorda*» (букв. «делать толстый взгляд») – в прямом смысле это выражение не является грубым, но в сленговом контексте оно означает «закрыть глаза на что-то», «притвориться, что не замечаешь». Первоначальное значение фразеологизма метафорически изменилось, чтобы обозначить намеренное игнорирование чего-то неправомерного.

Изменение значения слов в сленге – это не просто лингвистический феномен, но и результат мыслительных операций (когнитивных процессов), происходящих в сознании говорящих. Эти процессы позволяют носителям языка выражать сложные социальные и эмоциональные состояния через знакомые слова с измененным значением. Например, когда слово «козел» (cabrón) начинает обозначать не только животное, но и определенный тип человека, в сознании происходит перенос признаков с одного объекта на другой. Такие семантические трансформации демонстрируют гибкость языка и его способность адаптироваться к меняющимся условиям общения.

Социальные и культурные аспекты сленга и табуированной лексики

Сленг представляет собой важное социолингвистическое явление, которое не только отражает, но и формирует социальные процессы. Он является динамичным элементом языка, который постоянно меняется и адаптируется в зависимости от социальных и культурных контекстов [Chambers, 2003]. Сленг выполняет множество функций: помогает установить принадлежность к определенной социальной группе, противопоставить себя другим группам или выразить социальный протест [Llamas et al., 2006].

Согласно У.Лабову, сленг играет ключевую роль в обозначении и поддержании социальных различий. Лабов показывает, как использование определенных языковых форм может указывать на принадлежность к определенной социальной или этнической группе, а также как язык используется для демонстрации статуса и власти [Labov, 1972].

Роль социальных групп в формировании и распространении сленга

Сленг формируется и распространяется преимущественно внутри соци-

альных групп. Эти группы могут быть очень разными – от молодежных субкультур и профессиональных сообществ до маргинализированных слоев общества [Milroy & Gordon, 2003].

Молодежные субкультуры играют значительную роль в создании и распространении сленга, часто используя его для выражения протеста против доминирующей культуры [Clarke et al., 1976].

Криминальные сообщества используют такие слова, как «*trullo*» (тюрьма), «*camello*» (наркодилер) или «*chorizo*» (вор) для общения внутри группы и создания барьера против внешних наблюдателей.

Профессиональные группы также активно используют сленг. Например, «*Echar un vistazo*» (букв. «бросить взгляд», используется врачами для быстрого осмотра пациента) или «*subirse al carro*» (букв. «запрыгнуть в вагон», юридический термин, обозначающий присоединение к делу).

В работе «*Jocks and Burnouts*» П.Экерт показывает, как разные группы старшеклассников используют сленг для подчеркивания принадлежности к определенной социальной категории [Eckert, 1989].

Важно также учитывать гендерные особенности использования и восприятия сленга. Г.Нарбаева указывает, что особое внимание в таких исследованиях уделяется не только явным языковым категориям, таким как употребление мужского и женского родов в грамматике, но и более тонким аспектам, таким как лексический выбор, метафоры и дискурсивные практики, которые могут передавать и усиливать гендерные представления [Narbayeva, 2024a; 56]. Эти тонкие языковые механизмы играют существенную роль в формировании сленговых выражений, придавая им специфические гендерные коннотации.

Примеры выражений, характерных для разных социальных групп

Молодежные субкультуры. В хип-хоп культуре слово «*flow*» (букв. «поток») используется для описания стиля или ритма речитатива.

Криминальные сообщества. Слово «*chorizo*» (букв. «колбаса») в сленге означает «вор».

Профессиональные группы. Выражение «*echar un vistazo*» (букв. «бросить взгляд») используется врачами для быстрого осмотра пациента.

Маргинализированные группы. Слово «*camello*» (букв. «верблюд») используется для обозначения наркоторговца.

Группы мигрантов. В испаноязычных сообществах США слово «*troca*» (от английского «*truck*» — «грузовик») стало частью сленга.

Культурное влияние на сленг

Культура играет ключевую роль в формировании и эволюции сленга. Под культурой понимается комплекс явлений: социальные нормы и ценности общества, исторические традиции, художественные произведения и повседневные практики взаимодействия.

Примеры культурного влияния:

Влияние глобализации. Заимствования из английского языка, например,

«cool», «chat», «hacer un check» [Pennycook, 2006].

Технологический прогресс. Термины «*whatsappiar*» (от WhatsApp) или «*googlear*» (от Google) стали частью повседневного сленга.

Медиа и популярная культура. Термин «*selfie*» быстро распространился по всему миру и стал частью повседневного языка [Hall, 1997].

Социальные движения. Термин «*marica*», который раньше использовался как оскорбление, начинает переосмысливаться и приобретать более нейтральное значение среди меньшинств [Eckert, 1989].

Миграция и культурное смешение. В испаноязычных общинах США возникают новые выражения, такие как «*parquear*» (от англ. «*to park*») [Fishman, 1967].

Гибридизация языка. Фраза «*estar en el mood*» (букв. «быть в настроении»), где английское слово «*mood*» сочетается с испанскими грамматическими структурами.

Стигматизация и приемлемость табуированной лексики

Табуированная лексика связана с её стигматизацией, отражающей социальные нормы и культурные установки общества. В то же время, в определенных контекстах эта лексика может восприниматься как приемлемая.

Социальная стигматизация. Ф. де Соссюр утверждал, что отклонения от языковой системы могут восприниматься как угроза [Saussure, 1959].

Приемлемость в неформальных контекстах. П.Экерт подчеркивает, что использование ругательств среди подростков может служить средством выражения солидарности [Eckert, 1989].

Гендерные различия. По данным Дж.Кутс, женщины чаще сталкиваются с осуждением за использование ругательств, чем мужчины [Coates, 2004; Lakoff, 1975].

Эволюция восприятия. Исследования У.Лабова показывают, что изменения в восприятии табуированных выражений происходят параллельно с изменениями в культурных и социальных нормах [Labov, 1972].

Влияние медиа. Т.Джефферсон подчеркивает, что медиа играют ключевую роль в формировании общественного мнения и могут изменять отношение к языковым нормам [Jefferson, 1976].

Примеры изменений в отношении к табуированным выражениям:

«*Mierda*» (букв. «экскременты»). Стало более универсальным и часто употребляется в различных контекстах, даже с позитивными оттенками. Например, «¡Es la leche, mierda!» (букв. «Это круто, черт возьми!»).

«*Chingar*» (вульгарное выражение). В мексиканском испанском фраза «¡Qué chingón!» (букв. «Как круто!») используется для выражения похвалы или восхищения.

«*Cabronazo*» (усиленная форма «*cabrón*»). Может использоваться в положительном ключе, например, «¡Eres un cabronazo, te salió perfecto!» (букв. «Ты большой козел, у тебя получилось отлично!»).

«*Gilipollas*» (букв. «дурак»). Может использоваться иронично или даже ла-

сково среди близких друзей: «¡No seas gilipollas, vente!» (букв. «Не будь идиотом, приходи!»).

«Bicho» (букв. «насекомое»). Приобретает более позитивные значения, например, «¡Ese coche es un bicho!» (букв. «Эта машина – зверь!»).

«Zorra» (оскорбление в адрес женщины). В некоторых феминистских кругах начинает переосмысливаться и использоваться в позитивном ключе: «¡Soy una zorra orgullosa!» (букв. «Я горжусь тем, что я лиса!»).

«Huevón» (букв. «тупица», «ленивец»). В Чили часто употребляется среди друзей как ласковое обращение: «¡Oye, huevón, ven acá!» (букв. «Эй, друг, походи сюда!»).

Результаты и эмпирический анализ сленговых выражений

Рассмотрим конкретные сленговые и табуированные выражения, зафиксированные при анкетировании респондентов испаноязычных стран. Эти выражения анализируются с точки зрения их происхождения, семантической эволюции и когнитивной основы, что позволяет глубже понять механизмы формирования сленга в испанском языке. Сленговые выражения часто имеют интересные когнитивные и культурные корни, которые отражают как коллективный опыт, так и индивидуальные креативные процессы. В приложении 1 представлена таблица эмпирического анализа дополнительных сленговых выражений, где систематизированы данные об их происхождении, буквальном и переносном значениях, а также когнитивных основах, включая концептуальные метафоры и метонимии, лежащие в основе семантических трансформаций. Анализ этих выражений позволяет проследить, как абстрактные понятия концептуализируются через более конкретные образы в процессе формирования сленговой лексики (См. Приложение 1).

Приведенные ниже примеры сленговых и табуированных выражений были отобраны не только на основе анкетирования респондентов, но и верифицированы с помощью «Испанско-русского словаря современного сленга и табуированной лексики» [Ispansko-russkiy slovar', 2008]. Использование лексикографического источника позволило более точно интерпретировать значения выражений и уточнить их функциональные и стилистические особенности.

Сравнительный анализ

Испанский язык, будучи одним из наиболее распространенных в мире, значительно варьируется в зависимости от региона, где на нем говорят. В различных испаноязычных странах существуют свои уникальные сленговые выражения, которые часто имеют схожие значения, но различаются по форме и культурным коннотациям. Рассмотрим несколько примеров таких выражений и проведем сравнительный анализ их использования в разных странах, основываясь на данных анкетирования. Детальная информация представлена в приложении 2, где содержится таблица сравнительного анализа региональных вариантов сленговых выражений в разных испаноязычных странах. В этой таблице систематизированы эквивалентные выражения из Испании и стран Латинской Аме-

рики, что позволяет наглядно продемонстрировать лексическое разнообразие и культурную специфику сленга в зависимости от географического положения (См. Приложение 2).

«Coger» (Испания) и «Agarrar» (Латинская Америка)

Одним из классических примеров различий в сленге является глагол *«coger»*, который в Испании означает «брать» или «ловить». Например, фраза *«Coger el autobús»* переводится как «Сесть на автобус». Однако в большинстве стран Латинской Америки этот глагол имеет грубое значение, связанное с актом насилия, и вместо него используется *«agarrar»*. Например, в Мексике или Аргентине фраза *«Agarrar el autobús»* будет более уместной и культурно приемлемой. Это различие подчеркивает важность культурного контекста при использовании сленга и даже стандартных выражений в разных испаноязычных странах.

«Pendejo» (Мексика) и «Boludo» (Аргентина)

Еще одним интересным примером является сравнение слова *«pendejo»* в мексиканском сленге и слова *«boludo»* в аргентинском. Оба этих выражения используются для обозначения глупого или наивного человека. В Мексике *«pendejo»* может означать как оскорбление, так и дружеское поддразнивание, в зависимости от контекста: *«¡No seas pendejo!»* («Не будь дураком!»). В Аргентине аналогичное значение имеет *«boludo»*, которое также может быть как оскорблением, так и дружеским обращением: *«¡No seas boludo!»* («Не будь идиотом!»). Эти примеры демонстрируют, как одно и то же значение может выражаться разными словами в разных испаноязычных странах, при этом контекст и интонация играют ключевую роль в определении смысла.

«Gilipollas» (Испания) и «Huevón» (Чили, Перу)

В Испании слово *«gilipollas»* используется как оскорбление, обозначающее глупого или неприятного человека. Например, *«¡Eres un gilipollas!»* («Ты – идиот!»). В Чили и Перу аналогичное значение имеет слово *«huevón»*, которое также может использоваться как оскорбление, но при этом часто встречается в дружеских перепалках: *«¡No seas huevón!»* («Не будь дураком!»). Важно отметить, что *«huevón»* может иметь более смягченный оттенок и даже использоваться в качестве ласкового обращения среди близких друзей. Это подчеркивает различия в степени грубости и приемлемости выражений в зависимости от региона.

«Pelado» (Колумбия) и «Güey» (Мексика)

В Колумбии слово *«pelado»* (буквально «облезлый») используется для обозначения молодого человека или подростка. Например, *«Ese pelado es muy simpático»* («Этот парень очень симпатичный»). В Мексике аналогом этого выражения является *«güey»*, которое также используется для обозначения человека, особенно в неформальной беседе: *«Ese güey es mi amigo»* («Этот парень – мой друг»). Оба выражения демонстрируют, как в разных регионах могут развиваться уникальные сленговые термины, обозначающие одну и ту же социальную категорию.

«Cabrón» (Испания) и «Carajo» (Венесуэла)

В Испании слово «*cabrón*» (буквально «козел») используется как оскорбление, но может также означать хитрого или изворотливого человека в зависимости от контекста: «*¡Eres un cabrón!*» («Ты хитрый, подлый человек!»). В Венесуэле для выражения раздражения или злости часто используется слово «*carajo*»: «*¡Vete al carajo!*» («Иди к черту!»). Эти выражения иллюстрируют, как в разных странах используются разные слова для выражения отрицательных эмоций или оскорблений, которые при этом могут иметь и положительные оттенки в определенных контекстах.

«Pijo» (Испания) и «Fresa» (Мексика)

В Испании слово «*pijo*» используется для обозначения сноба или богатого, избалованного человека: «*Es un pijo*» («Он – сноб»). В Мексике аналогичное значение имеет слово «*fresa*» (буквально «клубника»), которое обозначает избалованного молодого человека из обеспеченной семьи: «*Es una fresa*» («Она – мажорка»). Оба слова иллюстрируют социальные различия и стереотипы, которые развиваются в разных странах, но выражаются через уникальные сленговые термины.

«Tío» (Испания) и «Pana» (Венесуэла)

В Испании слово «*tío*» (буквально «дядя») используется в сленговом значении для обозначения «парня» или «чувака»: «*Ese tío es muy listo*» («Этот парень очень умный»). В Венесуэле аналогом является слово «*pana*», которое также используется для обозначения друга или приятеля: «*Es mi pana*» («Он мой друг»). Эти выражения показывают, как испаноязычные страны развивают свои уникальные термины для обозначения близких друзей, придавая им культурные и социальные оттенки.

«Majo» (Испания) и «Chévere» (Куба, Венесуэла)

Слово «*majo*» в Испании используется для описания приятного или симпатичного человека: «*Es muy majo*» («Он/Она очень милый/милый»). В Кубе и Венесуэле аналогичное значение имеет слово «*chévere*», которое также используется для обозначения чего-то или кого-то хорошего или приятного: «*Es chévere*» («Это здорово»). Эти примеры демонстрируют, как позитивные качества могут выражаться разными словами в зависимости от региона, где они употребляются.

Этот сравнительный анализ показывает, насколько разнообразен испанский сленг в разных странах. Даже при схожих значениях, различные слова и выражения могут иметь свои культурные и социальные оттенки, что делает испаноязычный мир таким многообразным и интересным с точки зрения лингвистики и социокультурных исследований.

Эволюция и адаптация выражений

Сленговые выражения являются динамичным элементом языка, постоянно изменяющимся и адаптирующимся под влиянием социальных, культурных и технологических изменений. Эти выражения отражают изменения в обществе,

культурные сдвиги, а также влияют на формирование новых социальных норм и идентичностей. Рассмотрим, как некоторые сленговые выражения эволюционировали с течением времени, адаптируясь к новым условиям и потребностям общества.

«Guay» и его эволюция

Одним из примеров эволюции сленга является испанское слово «*guay*». Изначально это выражение использовалось в детском жаргоне для обозначения чего-то хорошего или классного. Со временем «*guay*» стало популярным среди подростков и молодежи, распространившись по всей Испании. Сегодня это слово используется всеми возрастными группами и стало практически универсальным для обозначения чего-то, что вызывает положительные эмоции, будь то одежда, события или люди. Этот процесс можно проследить по работам социолингвистов, таких как П.Экерт, которая исследовала, как молодежные субкультуры влияют на распространение и популяризацию новых слов и выражений [Eckert, 1989].

«Chungo» как пример социального сдвига

Слово «*chungo*» изначально означало что-то плохое или неприятное, часто ассоциировавшееся с опасностью или неудачей. Со временем это выражение стало использоваться более широко, охватывая не только физические опасности, но и любые неприятные или сложные ситуации. Например, выражение «*Estoy en un momento chungo*» может обозначать трудный период в жизни человека. Социальные сдвиги, такие как рост урбанизации и изменение представлений о безопасности, повлияли на расширение и изменение значений этого слова. Дж.Фишман в своих исследованиях указывает на то, как социальные изменения влияют на языковую практику и адаптацию лексики [Fishman, 1967].

«Molar» и его распространение

Слово «*molar*», обозначающее «нравиться» или «быть классным», представляет собой пример того, как молодежный сленг может стать частью стандартного языка. Изначально это слово использовалось только среди подростков, но в течение нескольких десятилетий оно стало популярным среди всех возрастных групп. Теперь «*molar*» используется повсеместно в Испании для выражения положительных эмоций по отношению к чему-либо. Социолингвист П.Традгилл отмечает, что сленговые выражения часто начинают свое существование в узких социальных кругах, но затем могут стать частью общенационального языка благодаря средствам массовой информации и поп-культуре.

«Chaval» и изменения в восприятии молодежи

Слово «*chaval*», означающее «молодой человек» или «подросток», также претерпело изменения в своем значении. В прошлом это слово могло носить уничижительный оттенок, указывая на неопытность или незначительность молодого человека. Однако с течением времени «*chaval*» стало нейтральным и даже ласковым обращением. Сегодня оно используется как в дружеском, так и в формальном контексте для обозначения молодого человека без негативных

коннотаций. Этот процесс отражает изменения в социальном восприятии молодежи, где более уважительное отношение к молодым людям стало нормой.

«Flipar» и влияние технологий

Слово «*flipar*», изначально связанное с наркоманией и означающее «быть под воздействием наркотиков», в последнее время приобрело новые значения благодаря влиянию технологий и массовой культуры. Сегодня «*flipar*» часто используется для выражения сильного удивления или восхищения чем-то необычным или технологически сложным. Например, фраза «*¡Flipé con el nuevo iPhone!*» («Я был в шоке от нового iPhone!») отражает, как слово адаптировалось к новому контексту, связанному с технологическими инновациями.

«Pasta» и ее новое значение

Слово «*pasta*», означающее «деньги», стало популярным в 20-м веке и с тех пор укрепилось в испанском сленге. Изначально это слово использовалось только среди определенных социальных групп, но затем распространилось по всей Испании. Сегодня «*pasta*» широко используется в разговорной речи для обозначения денег, независимо от социального или экономического статуса говорящего. Этот процесс демонстрирует, как экономические и социальные изменения могут способствовать распространению и закреплению новых сленговых выражений в языке.

Эти примеры демонстрируют, как сленговые выражения могут эволюционировать, адаптироваться и расширять свое значение под влиянием социальных, культурных и технологических изменений. Лингвисты, такие как У.Лабов и П.Экерт [Eckert, 2000], подчеркивают важность изучения этих процессов для понимания того, как язык отражает и формирует общественные изменения.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты анализа анкет, использованных в исследовании, показывают важные тенденции и наблюдения, связанные с использованием сленговых и табуированных выражений в современном испанском языке. На основе собранных данных можно выделить несколько ключевых выводов:

Частота использования сленга. Большинство респондентов указали, что регулярно используют сленг в повседневной речи, особенно в неформальных ситуациях, таких как общение с друзьями и коллегами. Это свидетельствует о том, что сленг играет значимую роль в межличностной коммуникации и служит средством выражения культурной и социальной идентичности.

Восприятие сленга. Респонденты отметили, что сленг часто воспринимается положительно в кругу друзей и знакомых, но может вызывать неодобрение в более формальных контекстах. Это указывает на существование различных норм и ожиданий в зависимости от социальной среды, в которой используется язык.

Влияние возраста и социальной группы. Анализ анкет показал, что молодежь значительно чаще использует сленг и табуированные выражения по сравнению с более взрослыми респондентами. Кроме того, среди молодежи сленг

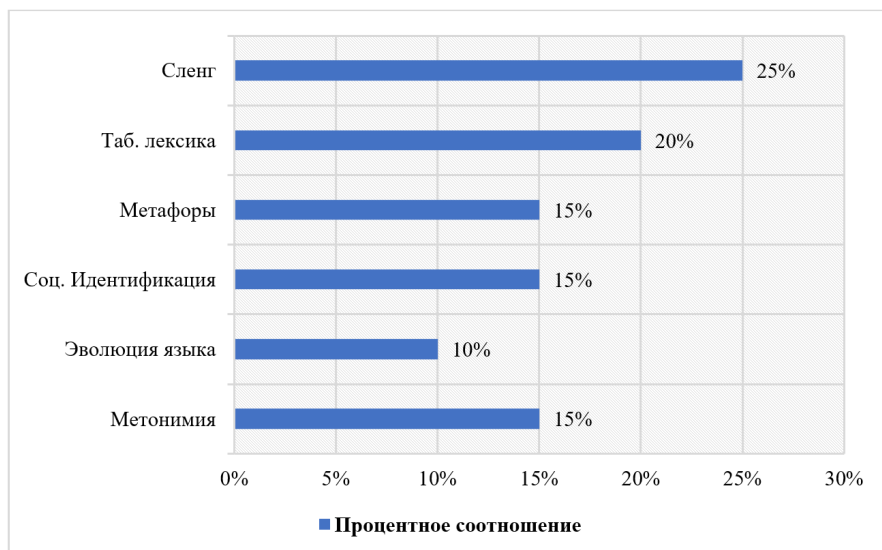
является важным средством самоидентификации и принадлежности к определенной социальной группе или субкультуре.

Региональные различия. Было выявлено, что сленг и табуированная лексика варьируются в зависимости от региона, причем респонденты из разных испаноязычных стран сообщили о наличии уникальных выражений и терминов, характерных для их региона. Это подтверждает важность культурных и географических факторов в формировании и эволюции языка.

Проблемы перевода и интерпретации. Респонденты, владеющие несколькими языками, отметили сложности в переводе сленговых выражений на другие языки, так как такие выражения часто имеют специфические культурные и контекстуальные значения, которые трудно передать на другом языке.

Рисунок 1.

Распространение различных аспектов изучения сленга и табуированной лексики в испанском языке



Эти результаты подчеркивают важность учета социальных, культурных и региональных факторов при изучении и преподавании испанского языка, особенно в контексте сленга и табуированной лексики.

ОБСУЖДЕНИЕ

В ходе данного исследования были рассмотрены когнитивные, социальные и культурные аспекты формирования и использования сленговых выражений в современном испанском языке. На основе анализа материалов анкетирования можно выделить несколько ключевых выводов.

Когнитивные механизмы. Исследование выявило основные когнитивные механизмы, которые лежат в основе формирования сленговых выражений. Важную роль здесь играют метафоры и метонимии, которые позволяют переносить значения из одной области в другую, создавая новые смыслы. Например, такие выражения, как «*tener valor*» (буквально «иметь смелость»), используют теле-

сные метафоры для выражения качеств характера. Этот процесс переноса значений через метафоризацию является центральным в создании сленговых выражений, придавая им выразительность и многозначность.

Эволюция и адаптация сленга. В ходе исследования было показано, как сленговые выражения могут изменяться и адаптироваться под влиянием социальных и культурных изменений. Некоторые выражения, которые ранее считались неформальными или не совсем приличными, со временем стали использоваться в повседневной речи и утратили свою остроту. Это свидетельствует о том, что язык постоянно развивается, отражая изменения в обществе и его нормах.

Влияние культуры и общества. Исследование продемонстрировало, что культурные и социальные факторы играют значительную роль в формировании и распространении сленга. В разных испаноязычных странах одни и те же понятия могут выражаться разными словами, что связано с региональными особенностями и культурными традициями. Это подчеркивает, что сленг является не только языковым, но и культурным явлением, которое отражает уникальные особенности каждой страны и региона.

Стигматизация и изменение значений. Важным аспектом исследования стало изучение того, как изменяются значения некоторых сленговых выражений под влиянием социальных процессов. Некоторые слова, которые изначально имели негативную окраску, со временем переосмысливаются и приобретают более нейтральные или даже положительные значения. Этот процесс часто происходит в контексте социальных изменений и движений, которые способствуют переоценке языковых норм.

Роль социальных групп и субкультур. Исследование также показало, что социальные группы и субкультуры играют важную роль в формировании и распространении сленговых выражений. Молодежные субкультуры, такие как хип-хоп, оказывают значительное влияние на развитие сленга, создавая новые выражения, которые затем распространяются в массовой культуре. Эти группы часто используют сленг для выражения своей идентичности и создания уникального лексикона, который понятен только членам группы.

Таким образом, можно сказать, что сленг в современном испанском языке является сложным и изменчивым феноменом, который отражает как когнитивные процессы, так и социальные и культурные изменения. Исследование показало, что сленговые выражения не только выполняют коммуникативную функцию, но и играют важную роль в формировании социальной идентичности, отражая особенности различных регионов и социальных групп.

Перспективы дальнейших исследований. Исследование когнитивной природы сленга в испанском языке открывает множество перспектив для дальнейшего изучения. В рамках данной работы были рассмотрены основные когнитивные механизмы, такие как метафоризация и метонимия, а также влияние социальных и культурных факторов на формирование и распространение сленговых выражений. Однако есть несколько направлений, которые могут стать основой для будущих исследований в этой области.

Сравнительный анализ когнитивных механизмов в разных языках. Одним из перспективных направлений является сравнительное изучение когнитивных механизмов формирования сленга в испанском и других языках. Сравнение структурных и семантических особенностей сленговых выражений в разных языковых культурах может помочь выявить универсальные когнитивные модели, а также уникальные черты, присущие конкретным языковым сообществам. Такое исследование позволит лучше понять, как общие когнитивные процессы адаптируются к разным культурным контекстам.

Динамика изменения сленга под влиянием цифровых технологий. Цифровые технологии и социальные сети оказывают значительное влияние на развитие и распространение сленговых выражений. Будущие исследования могут быть сосредоточены на анализе того, как новые средства коммуникации способствуют появлению и изменению сленга. Особое внимание можно уделить тому, как цифровая среда влияет на скорость изменений в языке и как формируются новые когнитивные модели в условиях глобализации и цифровой культуры [Bauman, 1998].

Когнитивные аспекты восприятия сленга в разных социальных группах. Важно изучить, как различные социальные группы воспринимают и используют сленг, особенно в контексте изменения социальных норм и ценностей. Это направление может включать исследования того, как возраст, пол, социальный статус и культурный фон влияют на восприятие и использование сленговых выражений. Такой подход позволит глубже понять, как когнитивные процессы взаимодействуют с социальными факторами при формировании и восприятии языка.

Влияние двуязычия и мультикультурализма на развитие сленга. В условиях глобализации все большее количество людей становятся двуязычными или мультилингвальными. Исследование того, как двуязычие и мультикультурализм влияют на формирование сленговых выражений, может стать важным шагом в изучении когнитивной природы языка. Особый интерес представляет взаимодействие и смешение сленговых выражений из разных языков в многоязычных сообществах, а также влияние культурного контекста на развитие этих выражений.

Эволюция сленга в условиях социальных изменений. Социальные изменения, такие как миграция, урбанизация и глобализация, оказывают значительное влияние на язык. Перспективным направлением для дальнейших исследований является анализ того, как сленг эволюционирует в условиях этих изменений. Это может включать изучение того, как новые социальные реалии влияют на появление и трансформацию сленговых выражений, а также как изменяются когнитивные модели, лежащие в их основе.

Когнитивная лингвистика и политическая корректность. Важным аспектом для дальнейших исследований является изучение влияния политической корректности на развитие и восприятие сленга. В условиях современного общества, где вопросы толерантности и уважения к различным группам становятся

все более важными, исследование того, как изменяются сленговые выражения под воздействием этих процессов, может дать ценные инсайты в понимании когнитивных механизмов адаптации языка.

Эти направления представляют собой лишь часть возможностей для дальнейшего изучения когнитивной природы сленга в испанском и других языках. Продолжение работы в этом направлении позволит не только углубить понимание языковых процессов, но и лучше понять, как язык отражает и формирует социальные и культурные изменения в обществе.

Практическое значение

Результаты данного исследования обладают значительным практическим значением как для преподавания испанского языка, так и для улучшения межкультурной коммуникации. Изучение когнитивных механизмов формирования и использования сленговых выражений, а также их культурных и социальных аспектов, может быть полезным в нескольких ключевых областях.

Преподавание испанского языка. Результаты исследования могут существенно обогатить методики преподавания испанского языка как иностранного. Включение сленговых выражений и их когнитивных основ в учебные программы поможет студентам лучше понять культурные контексты и нюансы языка. Это особенно важно на продвинутых уровнях владения языком, где понимание сленга способствует более глубокому погружению в языковую среду. Преподаватели могут использовать результаты исследования для создания учебных материалов, которые помогут студентам не только запоминать сленговые выражения, но и понимать их происхождение и использование в разных контекстах.

Развитие межкультурной коммуникации. Знание сленговых выражений и понимание их когнитивных и культурных основ может существенно улучшить межкультурную коммуникацию. В международной среде, где испанский язык используется для общения между людьми из разных культур, понимание сленга помогает избежать недоразумений и укрепить связи. Результаты исследования могут быть использованы в программах по подготовке специалистов, работающих в многонациональных компаниях или международных организациях, где важна способность к точному и уважительному общению с носителями разных культур.

Создание образовательных материалов. Результаты исследования могут быть применены при создании образовательных ресурсов, таких как словари сленга, учебные пособия и онлайн-курсы. Эти материалы могут помочь учащимся и преподавателям лучше ориентироваться в многообразии сленговых выражений, их значениях и контекстах использования. Это, в свою очередь, может способствовать развитию более точного и адекватного восприятия языка.

Поддержка в изучении региональных вариаций испанского языка. Исследование также имеет практическое значение для преподавания региональных вариаций испанского языка. В условиях глобализации и увеличения числа контактов между носителями разных диалектов испанского, знание особенностей сленга в различных испаноязычных странах становится все более важным. Это

знание помогает учащимся лучше понимать и адаптироваться к различиям в речи, что особенно полезно при обучении испанскому языку для целей работы, туризма или международного сотрудничества.

Улучшение перевода и интерпретации. Понимание когнитивных и культурных основ сленга может существенно помочь переводчикам и интерпретаторам, работающим с испанским языком. Сленговые выражения часто представляют сложность для перевода, так как их буквальное значение может сильно отличаться от того, что подразумевается на самом деле. Результаты исследования могут быть использованы для создания специальных курсов и материалов для переводчиков, которые помогут им точнее передавать смысл и культурные особенности оригинального текста.

Поддержка программ культурного обмена. Знание сленга и его культурных контекстов может быть полезным для участников программ культурного обмена, студентов и специалистов, работающих за границей. Понимание сленга помогает лучше адаптироваться к местной культуре, наладить контакты с носителями языка и избежать культурных недоразумений. Программы подготовки участников культурного обмена могут включать элементы, основанные на результатах исследования, чтобы повысить их культурную компетентность.

В целом, результаты данного исследования могут способствовать более эффективному преподаванию испанского языка, улучшению межкультурной коммуникации и углублению понимания культурных различий, что, в свою очередь, создаст основу для более продуктивного диалога между представителями разных культур в современном глобальном пространстве.

ВЫВОДЫ

Данное исследование подтвердило, что сленг и табуированная лексика в современном испанском языке играют важную роль в формировании культурной и социальной идентичности. Когнитивные механизмы, такие как метафоры и метонимии, не только способствуют созданию выразительных и многозначных сленговых выражений, но и отражают более широкие культурные и социальные процессы.

Сравнительный анализ сленговых выражений, использованных в различных испаноязычных странах, выявил значительные различия в региональных особенностях и значениях, которые зависят от локальных культурных контекстов. При этом глобализация и технологический прогресс оказывают влияние на обновление сленгового лексикона, способствуя заимствованию новых слов и выражений.

Важно отметить, что сленг не только отражает, но и формирует общественные процессы, выступая средством социальной дифференциации и самоидентификации. Это подчеркивает необходимость дальнейших исследований в этой области, которые помогут лучше понять эволюцию языка и его взаимосвязь с культурными изменениями.

Таким образом, когнитивный подход к изучению сленга открывает новые перспективы для изучения языковой динамики и формирования лексических

инноваций. Результаты исследования могут найти практическое применение в преподавании испанского языка и межкультурной коммуникации, способствуя более глубокому пониманию культурных аспектов языка.

LITERATURA

1. Abdullayev, M.K. (2024). Semanticheskiye i pragmaticheskiye aspekty ispol'zovaniya slenga v razlichnykh sotsial'nykh gruppakh ispanoyazychnogo mira. V *platforme «E-Conference»* (T. 1, ss. 133–150). Tashkent: E-Conference.
2. Abdullayev, M.K. (2025). Metapragmaticheskiye protsessy v vospriyatii i ispol'zovaniye slenga i tabuirovannoy leksiki na ispanskom yazyke. *The Lingua Spectrum*, 1, 146–171.
3. Bauman, Z. (1998). *Globalization: The human consequences*. New York City: Columbia University Press.
4. Eckert, P. (1989). *Jocks and burnouts: Social categories and identity in the high school*. New York: Teachers College Press.
5. Eckert, P. (2000). *Linguistic variation as social practice: The linguistic construction of identity in Belten High*. New York: Wiley.
6. Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Indiana: Indiana University Press.
7. Fasold, R.W. (1984). *The sociolinguistics of society*. Oxford: Basil Blackwell.
8. Fauconnier, G. (1994). *Mental spaces: Aspects of meaning construction in natural language*. Cambridge: Cambridge University Press.
9. Fauconnier, G. (1997). *Mappings in thought and language*. Cambridge: Cambridge University Press.
10. Fillmore, C.J. (1976). Frame semantics and the nature of language. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 280, 20–32. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.1976.tb25467.x>.
11. Fishman, J.A. (1967). Bilingualism with and without diglossia; Diglossia with and without bilingualism. *Journal of Social Issues*, 23, 29–38. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1967.tb00573.x>.
12. Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Open University Press.
13. Ispansko-russkiy slovar'. (2008). *Ispansko-russkiy slovar' sovremennogo slenga i neologizmov*. Moskva: AST: Vostok-Zapad.
14. Jefferson, T. (Ed.). (1976). *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain* (1st ed.). London: Routledge.
15. Clarke, J., Hall, S., Jefferson, T., & Roberts, B. (1976). Subcultures, cultures and class: A theoretical overview. In T. Jefferson (Ed.), *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain* (pp. 9–74). London: Routledge.
16. Coates, J. (2004). *Women, men and language: A sociolinguistic account of gender differences in language* (1st ed.). London: Routledge.
17. Labov, W. (1972). *Sociolinguistic patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
18. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by* (1st ed.). Chicago: University of Chicago Press.
19. Lakoff, R.T. (1975). *Language and woman's place* (1st ed.). New York City: Harper & Row.
20. Llamas, C., Mullany, L., & Stockwell, P. (Eds.). (2006). *The Routledge companion to sociolinguistics* (1st ed.). London: Routledge.
21. Lyons, J. (1968). *Introduction to theoretical linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
22. Milroy, L., & Gordon, M. (2003). *Sociolinguistics: Method and interpretation* (1st ed.). New York: Wiley.
23. Narbayeva, G.Kh. (2024a). Lingvopragmatika gendera v ispanskom yazyke: krosskul'turnyy analiz. *Zhurnal gumanitarnykh i stroitel'nykh nauk*, 14(2), 55–59.
24. Narbayeva, G.Kh. (2024b). Metodicheskoye soprovozhdeniye protsessa obucheniya studentov inostrannomu yazyku s uchetom ikh individual'noy obrazovatel'noy trayektorii.

- Ta'limni rivojlantirishda innovatsion texnologiyalarning o'rni va ahamiyati*, 1(1), 50–55. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13925553>.
25. Peirce, C.S. (1931–1958). *The collected papers of Charles Sanders Peirce* (Vols. 1–8). Cambridge: Harvard University Press.
 26. Pennycook, A. (2006). *Global Englishes and transcultural flows* (1st ed.). London: Routledge.
 27. Ricoeur, P., Czerny, R., McLaughlin, K., & Costello, J. (1977). *The rule of metaphor: Multi-disciplinary studies of the creation of meaning in language*. Toronto: University of Toronto Press.
 28. Saussure, F. de. (1959). *Course in general linguistics*. New York: Philosophical Library.
 29. Trudgill, P. (2000). *Sociolinguistics: An introduction to language and society* (1st ed.). UK: Penguin.
 30. Chambers, J.K. (2003). *Sociolinguistic theory: Linguistic variation and its social significance* (2nd ed.). New York: Wiley.

REFERENCES

1. Abdullayev, M.K. (2024). Semantic and pragmatic aspects of slang usage in various social groups of the spanish-speaking world. In *E-Conference Platform* (Vol. 1, pp. 133–150). Tashkent: E-Conference.
2. Abdullayev, M.K. (2025). Metapragmatic processes in the perception and use of slang and taboo lexicon in Spanish language. *The Lingua Spectrum*, 1, 146–171.
3. Bauman, Z. (1998). *Globalization: The human consequences*. New York City: Columbia University Press.
4. Chambers, J.K. (2003). *Sociolinguistic theory: Linguistic variation and its social significance* (2nd ed.). New York: Wiley.
5. Clarke, J., Hall, S., Jefferson, T., & Roberts, B. (1976). Subcultures, cultures and class: A theoretical overview. In T.Jefferson (Ed.), *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain* (pp. 9–74). London: Routledge.
6. Coates, J. (2004). *Women, men and language: A sociolinguistic account of gender differences in language* (1st ed.). London: Routledge.
7. Eckert, P. (1989). *Jocks and burnouts: Social categories and identity in the high school*. New York: Teachers College Press.
8. Eckert, P. (2000). *Linguistic variation as social practice: The linguistic construction of identity in Belten High*. New York: Wiley.
9. Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Indiana: Indiana University Press.
10. Fasold, R.W. (1984). *The sociolinguistics of society*. Oxford: Basil Blackwell.
11. Fauconnier, G. (1994). *Mental spaces: Aspects of meaning construction in natural language*. Cambridge: Cambridge University Press.
12. Fauconnier, G. (1997). *Mappings in thought and language*. Cambridge: Cambridge University Press.
13. Fillmore, C.J. (1976). Frame semantics and the nature of language. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 280, 20–32. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.1976.tb25467.x>.
14. Fishman, J.A. (1967). Bilingualism with and without diglossia; Diglossia with and without bilingualism. *Journal of Social Issues*, 23, 29–38. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1967.tb00573.x>.
15. Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Open University Press.
16. Jefferson, T. (Ed.). (1976). *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain* (1st ed.). London: Routledge.
17. Labov, W. (1972). *Sociolinguistic patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
18. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by* (1st ed.). Chicago: University of Chicago Press.

19. Lakoff, R.T. (1975). *Language and woman's place* (1st ed.). New York City: Harper & Row.
20. Llamas, C., Mullany, L., & Stockwell, P. (Eds.). (2006). *The Routledge companion to sociolinguistics* (1st ed.). London: Routledge.
21. Lyons, J. (1968). *Introduction to theoretical linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
22. Milroy, L., & Gordon, M. (2003). *Sociolinguistics: Method and interpretation* (1st ed.). New York: Wiley.
23. Narbayeva, G.Kh. (2024a). Linguopragmatics of gender in the Spanish language: A cross-cultural analysis. *Journal of Humanities and Construction Sciences*, 14(2), 55–59.
24. Narbayeva, G.Kh. (2024b). Methodological support for the process of teaching students a foreign language, taking into account their individual educational trajectory. *The Role and Significance of Innovative Technologies in Educational Development*, 1(1), 50–55. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13925553>.
25. Peirce, C.S. (1931–1958). The *collected papers of Charles Sanders Peirce* (Vols. 1–8). Cambridge: Harvard University Press.
26. Pennycook, A. (2006). *Global Englishes and transcultural flows* (1st ed.). London: Routledge.
27. Ricoeur, P., Czerny, R., McLaughlin, K., & Costello, J. (1977). *The rule of metaphor: Multi-disciplinary studies of the creation of meaning in language*. Toronto: University of Toronto Press.
28. Saussure, F. de. (1959). *Course in general linguistics*. New York: Philosophical Library.
29. Spanish-Russian Dictionary. (2008). *Spanish-Russian dictionary of modern slang and neologisms*. Moscow: AST: East-West.
30. Trudgill, P. (2000). *Sociolinguistics: An introduction to language and society* (1st ed.). UK: Penguin.

Приложение 1.

Таблица эмпирического анализа дополнительных сленговых выражений, включая их происхождение и когнитивную основу

№	Выражение	Буквальный перевод	Значение в сленге	Происхождение	Когнитивная основа
1.	hacer el cabrón	делать козла	вести себя хитро или подло	связано с образом козла как хитрого и упрямого животного	«ЖИВОТНОЕ – ЭТО ХАРАКТЕР»
2.	ser la leche	быть молоком	быть классным или удивительным	молоко как символ чего-то важного и необходимого	«ЕДА – ЭТО ЦЕННОСТЬ»
3.	irse al carajo	идти к чёрту	уходить, исчезать	грубое выражение, связанное с уходом	«ОТРИЦАТЕЛЬНОЕ МЕСТО – ЭТО ПРЕДЕЛ»
4.	ser un chorizo	быть колбасой	быть вором	связано с ассоциацией «chorizo» с мошенничеством	«ЕДА – ЭТО КОРРУПЦИЯ»
5.	estar flipado	быть под кайфом	быть в шоке или поражённым	происходит от ассоциации с наркотическим опьянением	«НАРКОТИКИ – ЭТО ЭМОЦИИ»
6.	estar hasta las narices	быть по нос до предела	быть сильно раздражённым	метафора, связанная с пределом терпения	«ТЕЛО – ЭТО ПРЕДЕЛ»
7.	pasar de todo	забить на всё	игнорировать всё	метафора “прохождения” как способа игнорирования	«ДЕЙСТВИЕ – ЭТО ИГНОРИРОВАНИЕ»
8.	tener mala leche	иметь плохое молоко	быть злым или неприятным человеком	молоко как символ характера	«ЕДА – ЭТО ХАРАКТЕР»
9.	partirse de risa	разрываться от смеха	сильно смеяться	метафора разрыва для обозначения интенсивного смеха	«ТЕЛО – ЭТО ЭМОЦИЯ»
10.	no tener pelos en la lengua	не иметь волос на языке	говорить прямо, без утайки	метафора, указывающая на прямоту речи	«РЕЧЬ – ЭТО ЧИСТОТА»
11.	estar hecho polvo	быть сделанным из пыли	быть сильно уставшим или подавленным	метафора, связанная с физическим истощением	«ЧЕЛОВЕК – ЭТО МАТЕРИЯ»
12.	tirar los tejos	кидать черепицы	флиртовать	идиома, связанная с ухаживаниями	«ДЕЙСТВИЕ – ЭТО ИГРА»
13.	irse de madre	уходить от матери	выйти из-под контроля	метафора, связанная с выходом за рамки норм	«СЕМЬЯ – ЭТО КОНТРОЛЬ»
14.	cortar el bacalao	резать треску	быть главным, принимать решения	идиома, связанная с разделением ресурсов	«ЕДА – ЭТО ВЛАСТЬ»
15.	estar en pelotas	быть в шарах	быть полностью раздетым	связано с уязвимостью и отсутствием защиты	«ОДЕЖДА – ЭТО ЗАЩИТА»

16.	meter la pata	засунуть лапу	сделать ошибку, попасть в неприятную ситуацию	метафора с животными ассоциациями	«ДЕЙСТВИЕ – ЭТО ЛАПА»
17.	irse al garete	идти к черту	быть обреченным, идти ко дну	морская метафора, связанная с потерей контроля	«МОРЕ – ЭТО ЖИЗНЬ»
18.	tirar la casa por la ventana	выкинуть дом в окно	потратить много денег, быть расточительным	метафора экстравагантности и расточительства	«ДОМ – ЭТО СОСТОЯНИЕ»
19.	comerse el coco	съесть мозг	сильно переживать, накручивать себя	метафора с поеданием, связанная с мысленным стрессом	«ЕДА – ЭТО МЫСЛИ»
20.	ponerse las pilas	надеть батарейки	собраться с силами, мобилизоваться	метафора с технологией и энергией	«ТЕХНОЛОГИЯ – ЭТО ЖИЗНЬ»
21.	ser un bocazas	быть большим ртом	быть болтливым, разглашать секреты	метафора, связанная с чрезмерной речью	«РОТ – ЭТО РАЗГОВОР»
22.	tener mala uva	иметь плохой виноград	быть злым или недоброжелательным	метафора с виноградом, связанная с качеством характера	«ЕДА – ЭТО ХАРАКТЕР»
23.	ser un rata	быть крысой	быть жадным или скупым	метафора с животным, ассоциируемая с жадностью	«ЖИВОТНОЕ – ЭТО ХАРАКТЕР»
24.	echar una mano	протянуть руку	помочь, оказать поддержку	метафора с рукой, связанная с поддержкой	«ТЕЛО – ЭТО ПОМОЩЬ»
25.	estar frito	быть жареным	быть в беде или в сложной ситуации	метафора с приготовлением пищи, связанная с состоянием	«ЕДА – ЭТО ПРОБЛЕМА»
26.	no tener pelos en la lengua	не иметь волос на языке	говорить прямо, не скрывая ничего	метафора с волосами, связанная с открытостью	«РЕЧЬ – ЭТО ЧИСТОТА»
27.	ser un coco	быть кокосом	быть очень умным или способным	метафора с крепким орехом, связанная с умом	«ЕДА – ЭТО ИНТЕЛЛЕКТ»
28.	hacerse el sueco	притворяться шведом	игнорировать, делать вид, что не понимаешь	национальный стереотип, использованный в метафоре	«НАЦИОНАЛЬНОСТЬ – ЭТО ПОВЕДЕНИЕ»

Эта таблица иллюстрирует, как сленговые выражения могут эволюционировать и приобретать новые значения в зависимости от культурного контекста и когнитивных процессов.

Приложение 2.

Таблица, представляющая сравнительный анализ сленговых выражений в разных испаноязычных странах

№	Испанское выражение	Перевод	Аналог в Латинской Америке	Перевод	Значение в сленге
1.	ser un rata	быть крысой	ser un codo (Мексика)	быть локтем	жадный человек

2.	estar flipado	быть под кайфом	estar drogado (Латинская Америка)	быть накурленным	быть поражённым или шокированным
3.	no tener pelos en la lengua	не иметь волос на языке	ser franco (Аргентина)	быть откровенным	говорить прямо
4.	ponerse las pilas	надеть батарейки	echarle ganas (Мексика)	постараться	собраться с силами
5.	estar en pelotas	быть в шарах	estar desnudo (Латинская Америка)	быть голым	быть полностью раздетым
6.	tirar la casa por la ventana	выкинуть дом в окно	gastar mucho (Латинская Америка)	потратить много денег	быть расточительным
7.	hacer el cabrón	делать козла	hacer el vivo (Аргентина)	хитрить	вести себя хитро или подло
8.	ser la leche	быть молоком	ser bárbaro (Аргентина)	быть крутым	быть классным или удивительным
9.	andar con pies de plomo	ходить с ногами из свинца	ir con cuidado (Латинская Америка)	быть осторожным	действовать осторожно
10.	meter la pata	засунуть лапу	cometer un error (Латинская Америка)	совершить ошибку	сделать ошибку
11.	flipar	быть в шоке	alucinar (Аргентина)	поражаться	быть сильно удивленным
12.	curro	работа	chamba (Мексика, Перу)	работа	работа или место работы
13.	molar	быть классным	gustar (Латинская Америка)	нравиться	быть крутым или популярным
14.	chaval	парень, подросток	pibe (Аргентина)	парень	молодой человек
15.	pasta	деньги	plata (Аргентина, Перу)	деньги	деньги
16.	enrollarse	закрутиться	ponerse de novio/a (Латинская Америка)	начать встречаться	начать романтические отношения
17.	cansino	утомительный	fastidioso (Венесуэла)	раздражающий	раздражающий или надоедливый человек
18.	paro	безработица	desempleo (Латинская Америка)	безработица	безработица
19.	tapón	пробка	tráfico (Колумбия)	трафик	дорожная пробка
20.	guay	крутой	bacán (Чили, Перу)	классный	классный, крутой
21.	coche	машина	carro (Колумбия, Мексика)	автомобиль	автомобиль
22.	vale	хорошо	está bien (Латинская Америка)	хорошо	согласие, подтверждение
23.	jeta	лицо	cara (Латинская Америка)	лицо	лицо, морда (грубо)
24.	enfadarse	разозлиться	enojarse (Аргентина, Мексика)	злиться	злиться, сердиться
25.	movida	дело, ситуация	asunto (Латинская Америка)	дело, ситуация	дело, неразбериха
26.	chollo	халява	ganga (Мексика)	сделка	выгодная сделка, халява

27.	colarse	влезть без очереди	colarse (Мексика, Колумбия)	пролезть	влезть в очередь без разрешения
28.	chungo	плохой	mal (Аргентина)	плохой	негативное, проблемное
29.	sobrar	быть лишним	sobra (Латинская Америка)	быть лишним	излишек, ненужность
30.	Carro	телега	coche (Испания)	машина	автомобиль
31.	mono	обезьяна	changuito (Аргентина)	обезьянка	маленький ребенок или обезьяна
32.	tío/tía	дядя/тетя	viejo/vieja (Аргентина)	старик/старушка	парень/девушка (дружеское обращение)
33.	pavo	индюк	boludo (Аргентина)	болван	наивный или глупый человек
34.	cola	очередь	fila (Латинская Америка)	очередь	линия ожидания
35.	chivato	стукач	sapo (Латинская Америка)	стукач	информатор, предатель
36.	enrollado	скрученный	complicado (Латинская Америка)	запутанный	сложная ситуация
37.	rollo	рулон	cuento (Аргентина)	рассказ, история	длинная и скучная история
38.	mono	одежда	mameluco (Мексика)	комбинезон	рабочая одежда или униформа
39.	chorrada	глупость	tontería (Латинская Америка)	ерунда	нелепость, пустяк
40.	macarra	хулиган	matón (Аргентина)	хулиган	бандит, хулиган
41.	flipante	шокирующий	asombroso (Латинская Америка)	удивительный	впечатляющий или шокирующий
42.	móvil	мобильный телефон	celular (Латинская Америка)	мобильный телефон	телефон
43.	cachondeo	веселье	broma (Мексика)	шутка	шуточное поведение, игра
44.	tío	чувак	amigo (Латинская Америка)	друг	дружеское обращение
45.	cuadrado	квадрат	rectángulo (Латинская Америка)	прямоугольник	тупой, неуклюжий человек
46.	guarro	грязный	sucio (Латинская Америка)	грязный	нечистоплотный человек
47.	marrón	неприятность	problema (Латинская Америка)	проблема	неприятная ситуация
48.	pesado	тяжелый	molesto (Латинская Америка)	надоедливый	неприятный или надоедливый человек

Эта таблица показывает, как в разных испаноязычных странах существуют свои уникальные сленговые выражения, которые могут быть сходными по значению, но различаться по форме и культурным коннотациям.