

УДК 811. 111'276.2

## ЛІНГВОПРАГМАТИКА СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО СЛЕНГУ: ВИТОКИ, КЛАСИФІКАЦІЙНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ОЗНАКИ

Наталія Глушук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000*

Висвітлено походження поняття “сленгу”, проаналізовано його види та підвиди, семантичні та функціональні особливості сленгових лексичних одиниць, визначено семантичні відмінності між сленгом та іншими шарами низьковживаної лексики, названо особливості їхніх класифікацій та досліджено сленгізми в різноманітних сферах спілкування.

*Ключові слова:* сленг, сленгізми, сленгізми-неологізми, жаргон, жаргонізми, арго, синоніми, антоніми, аббревіатури, скорочення, акроніми, евфемізми, конверсія, складні слова.

Роль сленгу неухильно зростає, оскільки *сленгізми* – часто вживані лексичні одиниці, що проникають у мовлення, їм притаманний інноваційний потенціал, що привертає до себе особливу увагу, навіть якщо ці лексичні одиниці є елементами кон-  
структури. Сучасний англомовний сленг становить 10–20% словника середнього американця. Він притаманний мовленню у Великій Британії, Австралії, Канаді.

Сленг використовують не тільки у *мовленні представників різноманітних верств населення*, а й у *художній літературі, у засобах масової інформації*: газетах, журналах, телебаченні, а також на сцені, і навіть у рекламах.

Проблематика сленгу є предметом постійного наукового пошуку. Теоретичні дослідження таких учених, як Е. Партрідж, І. Гальперін, Г. Менкен, В. Вілюман, М. Маковський, В. Балабін, О. Клименко, У. Потятиник, Г. Іванова, присвячені різним аспектам сленгу. Питання сленгізмів досліджували для укладання різноманітних підручників з лексикології та стилістики англійської мови й англомовних словників. У сучасному суспільстві відбуваються безперервні зміни, з’являються нові сленгові одиниці, широко використовувані у мовленні молодих людей, що потребують постійного вивчення та детального аналізу.

Тому *актуальність дослідження* полягає в систематизації теоретичних поглядів мовознавців щодо особливостей функціонування *сленгових лексичних одиниць* в англійській мові, у визначенні співвідношення понять *ненормована лексика* та *сленг*, обґрунтуванні закономірностей уживання та аналізі експресивних можливостей сленгу англійської мови.

*Практична значущість* дослідження в тому, що його результати дадуть змогу ви-  
кладачам, студентам і перекладачам враховувати закономірності розвитку та семантико-  
стильові характеристики сленгу, як особливого вокабуляру, для виконання худож-

нього перекладу, а також застосовувати його в ході вивчення курсів “Лексикологія”, “Стилістика англійської мови”, “Теорія та практика перекладу”, “Американська література”.

*Матеріалом дослідження* слугували англomовні словники сленгу, а також художня література, журнальні й газетні публікації. Наша мета – дослідити генезу сленгових лексичних одиниць сучасної англійської мови, а саме: дати визначення цьому поняттю, визначити семантичні відмінності між сленгізмами та іншими лексичними одиницями зниженого стилістичного тону, назвати особливості їхньої класифікації. Розглянемо головню сленгізми, які використовують у сучасній англійській мові Великої Британії, США, частково Австралії, Канади.

*Словниковий склад мови*, як і сама мова, перебувають у русі. *Лексика*, як найдинамічніша частина мовної системи, зазнає *постійних змін*. Проте зазначимо, що такі зміни неоднаково охоплюють весь словниковий склад. *Значно повільніше*, порівняно з іншими групами слів, *змінюється основний лексичний склад*, як найбільш стала категорія слів.

*За соціальною важливістю* всю лексику поділяють на *активну* та *пасивну*. *Активна* – це *загальноживані слова*. Їх використовують усі носії мови незалежно від професії, освіти, місця проживання. До *пасивної лексики* зачисляємо *рідковживані лексичні одиниці: застарілі слова, неологізми, професіоналізми, екзотизми, жаргонізми, арготизми, сленгізми*, а також *вulьгарну та лайливу лексику*.

*Слова зниженого стилістичного тону* мають, зазвичай, синоніми у нейтральній лексиці. На відміну від слів *високого стилістичного тону* (*поетизмів, архаїзмів, варваризмів, іноземних та книжних слів*), вони *перебувають у стані безперервної зміни*. *Тенденція до безперервного оновлення* є однією із найхарактерніших ознак *стилістично знижених* лексичних одиниць. Слова однієї групи легко переходять в іншу, оскільки їхня належність до певної групи є умовною.

До англійського загальнонаціонального лексичного стандарту ввійшли зі сленгу такі слова, як *bluff, billet, minx, flummoх, ripping, humbug, flog, soccer, yarn, shabby, sham, pluck* – “сміливість”, *whitewash, baggage* – “дівчина”, *bet, bore, chap, donkey, hoax, kidnap, mob, odd, trip, character* – “людина”, *to bolt* – “мікати”, *fishy* – “підозрілий” та ін. Однак окремі сленгізми вживають у мовленні сотні років, і вони не набувають статусу колоквіалізмів чи стандартних слів. Наприклад: *grub (food)* використовують з 1600-х років, а *lousy (bad)* – з 1700-х років.

*Зі стилістичного погляду сленгізми*, так само як жаргонізми, поетизми, архаїзми, варваризми, іноземні та книжні слова, стилістичні неологізми, колоквіалізми, діалектизми, професіоналізми, вulьгаризми, входять до *лексико-стилістичної парадигми*, для якої характерне таке:

1. *Небезпосередній зв'язок з денотатом*, тобто комунікація відбувається через значення відповідного нейтрального слова: *zoo* – *any jungle or jungle area* [6, p. 97]; *zoo* – *a confusing and chaotic place* [21, p. 449].

2. *Нечіткість референтних меж* – ці слова мають оцінювальний характер і їх можна застосовувати до різноманітних референтів: *heat* – *вогнепальна зброя: пушка; поліція: фараони, копн* [7, 170]; *nitty-gritty* – *непристойність; неприємна, неминуча ситуація, неприкриті факти; чесність, прямолінійність; практичні деталі; суть*,

сутність, основа [7, с. 244]; **rap** – розмова; критика; звинувачення; вирок; музичний стиль [7, с. 288].

3. Обов'язкова наявність **синонімів**: “**money**”: **ackers** Br. [9, p. 7]; **berry** – 1. Am. a dollar 2. Br. a pound [9, p. 12]; **brass** esp. Br., Aus [9, p. 16]; **cabbage** [21, p. 58]; **C**, also **C-note** Am. \$100 [9, p. 19]; **clink** Br [9, p. 23]; **clod** Br. – penny, copper coin [9, p. 23]; **coconut** – Am. a dollar [9, p. 24]; **do-re-mi** Am. [9, p. 31]; **half-spot** – Aus. fifty dollars [9, p. 48]; **Hawaii** Br. – a banknote of 5 or 50 pounds [9, p. 49]; **hoot** Aus. [9, p. 51]; **kale** Am., Can. [9, p. 56]; **lobster** Aus. – a \$20 note [9, p. 60]; **lolly** Br. [9, p. 60]; **mean-green** Am [9, p. 63]; **monkey** – 1. Br., Aus. 500 pounds 2. Am. 500 dollars [9, p. 65]; **oil** – 1. Am. money, esp. for bribery and corruption [9, p. 70]; **megabucks** – дуже велика кількість грошей [7, с. 231]; **scratch** – гроші: “бабки”, “капуста” [7, 308]; **bucks** – великі гроші [7, с. 48].

4. Можливість утворювати **антонімічні ряди**: **bad** – відмінний, чудовий, класний: *That rap song is very bad!* (Класний пен!) [7, с. 21]; **wicked** – блискучий, майстерно виготовлений: смертельний: *That tennis player's got a wicked serve.* (У цього тенісиста смертельна подача). [7, с. 399]; **heavy** – вражаючий, важливий, серйозний [7, с. 170].

Мовець орієнтується у значенні сленгових лексичних одиниць, якщо йому відомий **код**, до якого вони входять, оскільки означуваний ними **денотат** може бути відомим йому під іншою назвою. У лексикографічній практиці така особливість цих слів виявляється в тому, що їхнє значення пояснюють через вказівку на **синонімічний ряд**, до якого вони належать, або через вказівку на **нейтральні синоніми**. Однак у цьому випадку мовлення обов'язково обумовлюють можливі **сфери** їхнього **вживання**. Наприклад: **josser** – fool, fellow [6, p. 97].

Диференціація значень лексичних одиниць, що мають **лексико-стилістичну парадигму**, відбувається в англійській мові за **функціональними стилями**. Отже, **сленг** – це **розмовний** чи **фамільярний стиль мови в певній спеціальній галузі**. **Стилістичне розмежування між сленгізмами та жаргонізмами мінімальне**.

За характером “зниженості” слова **зниженого стилістичного тону** можна розділити на **три групи**: 1) **літературно-розмовні (literatory-colloquial)**, для яких не природне ситуативне зниження; 2) **фамільярно-розмовні, інтержаргонні (загальний сленг) та жаргонні (спеціальний сленг) (familiar-colloquial)**, яким властиве спеціальне зниження; 3) **вульгаризми (low colloquial)**, яким притаманне емоційно-підкреслене зниження.

**Слова зниженого стилістичного тону** відрізняються між собою **ступенем поширення**. Ми розрізняємо **два види сленгу**: 1) **загальний сленг**, 2) **спеціальний сленг**. Сленг мають **книголюби, газетярі, журналісти, спортсмени, музиканти, політики, військові, моряки, пілоти, науковці, школярі, студенти, автомобілісти** та ін. Це все **різновиди спеціального сленгу**. До того ж, у кожній з названих груп можна виділити підгрупи. Наприклад, **спортивний сленг** поділяють на сленг **футболістів, баскетболістів, хокеїстів, плавців** та ін.

Отже, практично кожна група людей, яких об'єднують спільні інтереси, має свій особливий тип мовлення, який реалізується у сленгових новоутвореннях і притаманний лише цій групі. Це свідчить про те, що молодіжний сленг не є цілісною системою й охоплює загальномолодіжний жаргон, що характеризує мову певного покоління, і спеціальні молодіжні жаргони.

*Загальний сленг*, або *інтержаргон*, зазвичай, відомий усьому мовному колективу, проте не є загальноживаним. *Спеціальний сленг*, або *соціальний жаргон*, так само як *професіоналізми*, вживають в окремих професійних та соціальних групах.

*Вульгарні* слова та вирази розглядають як грубі та непристойні, для багатьох людей образливі та огидні. Вони недоречні у благородному товаристві й навіть можуть викликати осуд за деяких суспільних обставин.

Отже, *сленгізми належать до нелітературної, пасивної, стилістично забарвленої лексики низького стилю, зниженого стилістичного тону та безперервно оновлюються*. Сленгізми вирізняються: *яскраво вираженою експресивністю, грубуватістю, оцінюваністю, жартівливістю, відтінком ігнорування*, що мають не диференційований, а описовий характер і можуть бути застосовані до всіх шарів лексики зниженого стилістичного тону.

Отже, *сленг – це лексика розмовного типу, яку вважають нижчою від загальноживаного стандарту; це слова, що у стандартній мові або не вживають, або мають особливий смисловий зміст*.

*Ми зачисляємо сленгові конструкції до таких сфер спілкування:*

1) *соціально-побутової*: *try to dialog him – постарайся його вговорити* [11, с. 15]; *I'm dead sure. – Я у ньому абсолютно впевнений* [11, с. 14]; *No kidding. – Я не жартую* [11, с. 31]; *Don't try to duck. – Не намагайся ухилитися* [11, с. 40]; 2) *сімейної*: *Here comes my better half. – Ось і моя найкраща половина* [11, с. 17]; *Who wears the pants in the house? – Хто в будинку господар?* [11, с. 27]; 3) *професійно-трудової*: *I'm afraid to get the ax. – Я боюся вилетіти з роботи* [11, с. 93]; *That's no-go. – Це не годиться* [11, с. 82]; *Don't try to pass the buck. – Не старайся перекласти роботу на інших* [11, с. 85]; 4) *соціально-культурної*: *This hotel is too rich for my blood. – Цей готель мені не по кишені* [11, с. 123]; *We'll turn to the Big Apple on the way. – По дорозі ми заїдемо у Нью-Йорк* [11, с. 123]; 5) *шоу-бізнесової*: *He's a big noise. – Він дуже важлива персона* [11, с. 80]; *Let's talk shop. – Давайте поговоримо по справі* [11, с. 90]; *I've got crackergiak stuff. – У мене першокласний персонал* [11, с. 81]; 6) *студентської*: *He's our double-dome. – Він у нас розумник* [11, с. 106]; *You're a super-strap – Ти, зубрило* [11, с. 107]; *Ratting! – Все чітко* [11, с. 107]; *No ripe! – Шара не проходить* [11, с. 109]; 7) *громадської діяльності*: *You're acting daffy. – Ти чиниш неправильно* [11, с. 18]; *I'll put in a plug for you. – Я замовлю за тебе слівце* [11, с. 19]; 8) *адміністративно-правової*: *Let's be level. – Давайте по-чесному* [11, с. 85]; *Here's a pink slip. – Ось повідомлення про звільнення* [11, с. 99]; 9) *ігор та захопленя*: *You'll be a bench jockey. – Ти будеш запасним* [11, с. 119]; *I'll come out on top. – Я обов'язково виграю* [11, 119]; *I enjoy watching B-ball. – Я люблю дивитися баскетбол* [11, с. 119]; 10) *видовищно-масової*: *People rage about that movie. – Люди масово ідуть на цей фільм* [11, с. 130]; *What a bore! – Яка скука* [11, с. 132]; 11) *військової*: *crunchie – рядовий* [11, с. 112]; *flyboy – пілот* [11, с. 112]; *rotsee – офіцерська школа* [11, с. 112]; *brass – старший офіцерський склад* [11, с. 113]; *on the double – Бігом!* [11, с. 114]; *calaboose – губа* [11, с. 115]; *gringo – солдат-американець* [11, с. 115].

*Сленг використовують свідомо у розмовному мовленні в суто стилістичних цілях, а саме: для створення ефекту новизни, незвичайності, для передачі певного настрою мовця, для надання висловленню конкретності, жвавості, виразності,*

*стислості, образності, а також щоб уникнути штампів, кліше. Все це досягають завдяки використанню стилістичних тропів: метафори, метонімії, синекдохи, літоти, евфемізмів.*

У лінгвістичній літературі є розходження в стилістичній оцінці сленгу. Одні автори вважають, що *сленг псує, забруднює літературну мову*, що це *паразитний шар лексики*, з яким необхідно боротися. Інші, навпаки, вбачають у ньому *елемент, який надає мові жвавості та образності, сприяє її збагаченню та удосконаленню*. У Словнику Вебстера навіть у визначенні сленгу наголошено, що сленг робить мову яскравішою і жвавішою [2, с. 109].

Ф. Дж. Уїлстек зазначав, що *педантизм у мові – це дурість...*, *сленг дуже часто є вираженням концентрованої життєвої сили (vitality) мови* [23]. Американський лінгвіст С. І. Хаякава називає *сленг “поезією повсякденного життя”* [23].

Іноді під “сленгом” розуміють і просторічні слова, і діалектизми, і неологізми, і жаргонізми, і арготизми. Аналізуючи американський сленг, С. Флекснер писав, що він свідомо зорієнтований на *аморальність, цинізм та жорстокість*. Характерним є те, що одна з найчисленніших груп синонімів сленгу складається із лексем зі значенням *“п’яний”*: *bevied* [9, с. 12]; *gassed Br.* [9, с. 42]; *half-cut Br. fairly drunk* [9, 48]; *honked, honkers Br* [9, с. 51]; *Mozart and Liszt Br* [9, 66]; *boozed up, tight, tanked, stinking, soused* [9, с. 114]; *juiced* [7, с. 199]; *wasted* [7, с. 391]. Численними є синонімічні групи та семантичні поля сленгізмів, пов’язаних із насиллям, сексом, наркоманією.

Нерідко слово *“сленг”* використовують як синонім до слова *“жаргон”*. Отже, спробуємо дати чіткіше визначення сленгу та з’ясувати відмінність (або тотожність) понять *“сленг”* і *“жаргон”*.

Розпочнемо з *етимології*. У сучасній лінгвістиці є сумніви щодо походження слова *“сленг”*. За однією з версій, англійський *slang* походить від *sling (метати, кидати)*. У таких випадках згадують архаїчне *to sling one’s jaw – говорити щось буйне й образливе* [13, с. 4]. За іншою версією, *сленг* походить від *slanguage*, причому початкова буква *s* нібито додана до *language* унаслідок зникнення слова *thieves*; тобто спочатку йшлося про злодійську мову *thieves’ language*. Слово *жаргон* з’явилося значно раніше, ніж *сленг*: (*жаргон* спочатку означав, за Чесером, *щебетання птахів*).

Невідомо, коли слово *slang* уперше з’явилося в Англії в усному мовленні. У писемному воно вперше зафіксоване у XVIII ст. Тоді це слово означало *образу*. Приблизно у середині XIX ст. термін *slang* почали використовувати ширше, а саме: для позначення *незаконної просторічної лексики*. У цей же час з’явилися синоніми слова *slang*: *lingo*, який використовували головню в нижчих колах суспільства, і *argot*, що переважав серед кольорового населення [6, 22].

*Сленг – це квінтесенція розмовної мови*, що пов’язана з життєвими зручностями, а не з науковими законами, граматичними правилами чи філософськими ідеями. *Слова і фрази перетворюються у сленг* тоді, коли їх починають *уживати в межах професійних груп*, змінюючи їхнє значення в мові, коли вони *виходять за межі певних соціальних груп*. *Сленгове слово з’являється як наслідок емоційного ставлення того, хто говорить, до предмета розмови, його прагнення виділитися на фоні співрозмовників та відокремитися від них*.

Про обсяг самого концепту *“сленг”* свідчать його **описові визначення**, що

з'явилися пізніше, – “*нецензурна розмовна мова*” або *поетичні* описи сленгу як “*монетного двору мови*” (Д. Голсуорсі); або “*сленг – це мова, яка закочує руки, плює на долоні і приступає до роботи*” (Карл Сендберг) [13, с. 11], це “*поезія простої людини*” тощо.

Зрозуміло, що в науковому сенсі цінність таких визначень невелика, хоча з них усе ж таки видно, що *сленг вважають мовою простолюття й основою для появи національного словника, він може бути показником низького соціального статусу його користувачів.*

“Сленг” не є еквівалентним “жаргону”. Термін “жаргон” належить до термінології, що асоціюється з окремою професією: медик, юрист, програміст. Його вживають значно частіше в лінгвістичній літературі для позначення не професійного, а *соціального відгалуження від загальнонародної мови. Розмовне мовлення будь-якого професійного середовища завжди містить певну кількість емоційно забарвлених слів вузького вжитку.* Такі слова, що властиві розмовній мові певного професійного середовища, називають *професійними жаргонізмами.*

Різновидом жаргону є *арго. Арго, криптограма злодіїв, – це умовна говірка певної соціальної групи з незрозумілим для сторонніх набором слів.* Ми вважаємо, що саме *професійна функція арго* відрізняє його від інших видів жаргону. *Арго, яким користуються жебраки, злодії, бродяги, слугує знаряддям їхньої так званої професійної діяльності, самозахисту та боротьби проти решти суспільства. Відмінність арго від сленгу* полягає в тому, що арго спрямоване на *приховування від сторонніх предмета мовлення, і експресивність чи метафоричність не є характерною ознакою слова: cannon, hook (a pickpocket); tool (a pistol or gun.* Окремі *слова-арготизми* перейшли у сленг: *filth (the police), a gunsel (a criminal who carries a gun, fence (a dealer in stolen property), gig (a punishment for a minor infraction of rules), a blag (a robbery with violence).*

Однак *арго англійської мови є фактом не сучасного, а минулого стану її розвитку. Арготизми* використовували як *засіб тисненого спілкування.* Лише *окремі арготизми* ввійшли в систему сучасних жаргонів, *і виконують* у них не комунікативні, а *розважальні функції.* Арготизми, як і жаргонізми, перебувають поза межами літературної лексики. Їхнє вживання може бути виправдане лише в мовленні персонажів художнього твору, якщо це відбувається з почуттям міри та зумовлене його темою і стилістичними настановами.

*Сленг* – доволі поширене явище, він є *засобом спілкування у найрізноманітніших прошарках населення* і корінням у сиву давнину. “Сленг – стародавній, як світ”, – зазначає видатний мовознавець, фахівець у галузі сленгу й укладач словника сленгу Ерік Партрідж. “Сленг” був і в грецькій, і в латинській мовах – адже люди завжди залишалися людьми, вони завжди прагнули пожвавити мову, урізноманітнити її образними слівцями і фразами, змінюючи на свій лад незрозумілі “вчені” та офіційні слова [2, с. 108].

Сленг далекий від будь-якої піднесеності, урочистості, пишномовності. За влучним визначенням Е. Партріджа, для сленгу характерним є бажання “нічого не сприймати серйозно” [2, с. 108]. У цьому легко переконатися, якщо, наприклад, порівняти книжне *pass away*, стилістично-нейтральне *die* і сленгове *kick in*; урочисто піднесене *join in wedlock*, нейтральне *marry* і сленгове *jump the hurdle.*

Сленг поєднує себе з комедією, яку він експлуатує, і навіть прославляє людську слабкість, тваринність, не викоринюючи це. Він звільняє місце для нашої підлості [15, XIV]. “Сленг є також ідіомою життєвої сили”, – вважає Р. Чепмен [15, XV].

У. Потятиник розглядає **американський сленг** як особливий соціостилістичний субваріант ненормативної англійської мови у США із соціодемографічною дистрибуцією, для якого характерні: неоднорідність складу, соціопсихологічна мотивація вживання, соціостилістична зниженість повідомлення, більш чи менш обмежена функціональність, домінування конотативного компонента над денотативним [6, с. 38].

Проаналізувавши думки багатьох авторів, ми можемо виділити **такі визначення сленгу**: 1) Розмовний варіант професійного мовлення; жаргон; 2) Жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій (моряків, художників) або соціальних прошарків; 3) Низька та вульгарна мова вулиці; 4) Римований жаргон; 5) Жаргон ремесла або фаху; 6) Перекручена лексика; 7) Нонсенс.

В англійській мові **сленг** має яскраво виражений **емоційний та експресивний характер**. **Основна особливість сленгу** – це його спільність для всіх соціальних груп носіїв мови. Проте **найважливішою властивістю сленгізмів є їхня грубо-цинічна чи груба експресивність, зневажлива і жартівлива образність, іронічне або презирливе забарвлення**, що відрізняє їх від синонімічних літературних слів і словосполучень: **сленгізм – літературний еквівалент**: *hit the hay – go to bed* [7, с. 178]; *saw bones surgeon – doctor* [7, с. 100]; *to get a roasting – to be badly beaten* [20, с. 121]; *to go through the roof – to go up suddenly* [20, с. 121]; *to moan – to complain* [20, с. 121].

Дуже цікаво звучать такі сленгізми: ***It's cool!*** – Класно! ***What's up?*** – Що трапилось? ***It's sweet!*** – Це добре! ***Peace out!*** – До побачення! ***I am out!*** – До побачення! ***Check ya later!*** – До побачення! ***Ta-Ta!*** – Бувай! [11, с. 10]; ***Toodle-oo!*** – До скорої зустрічі! [11, с. 10]; ***Rots of ruck!*** – Ні пуху, ні пера! [11, с. 12]; ***ten-four?*** – *Do you understand?* [17, с. 355].

Сленг має широкий діапазон вживання. Багато людей, а особливо **молодь, вживають сленг у своєму мовленні тому, що бажать бути сучасними, стильними**. Інші користуються **сленгом, як засобом спілкування, який має відтінок відвертості, неформальності, виражає товарицькість і легкість спілкування**.

Сленгові слова та вирази **емоційно забарвлені та часто вживані в переносному значенні**. **Сленг – це частина лексики, яка надто швидко змінюється за значенням**. Якщо слово або вираз втрачає новизну, його змінює новий сленг. Це **альтернативна лексика**. Сленг не може існувати в минулому, він **постійно оновлюється**. Його життя коротке і має сумнівну репутацію. Він або осідає в мові, або ж його забувають. Проте у сленгу багаті ресурси. **Американський сленг** традиційно вбирає будь-яке яскраве слово, яке потрапило до нього: ***You so Obama*** – This slang phrase is in reference to U.S. President Barack Obama. To be “so Obama” means that you are very cool and intelligent. Example: *She just got accepted to Harvard University. She's so Obama* [23].

**Молодіжний сленг** вирізняється **жвавістю, гнучкістю й несподіваною допепеністю**. Наприклад. ***Shut up!*** – Замовкни! ***Pal*** – друг. ***Tea*** – спиртне. ***Crazy cat*** – псих. ***Fade*** – погані оцінки в школі. ***Know-how*** – знання. ***Hot potato*** – складна і неприємна проблема. ***Get-together*** – зустріч, збори. ***Blood*** – відмінна відповідь учня. ***Bicycle*** – шпаргалка. ***Bingo!*** – Еврика!

Сленг університетів допомагає невимушеному спілкуванню: ***Cut*** – припинити знайомство. ***Skull*** – викладач в університеті. ***Ex*** – екзамен.

Серед молоді популярним є *вживання власних назв як сленгу*: *John Henry, also John Hancock* – *esp. Am., Aus. a signature* [9, с. 55]; *John Law Am. / Aus. John Dunn, John Hop* – *a police officer* [9, с. 55]; *Jack'n'Jill* – *Aus. 1. the bill 2. a fool 3. a cash register* [9, с. 54]; *North and South* – *Br., Aus. the mouth* [9, с. 69]; *Number Uno* – *Am., Aus. smth. or sb. Remarkable* [9, р. 70]; *Nelly Br. foolish or feeble person* [9, р. 68]; *the Big Apple* – *Am. the nickname for New York City* [9, р. 12]; *Big D* – *Am. 1. Detroit 2. Dalla* [9, р. 12]; *the Big Pretzel* – *Am. Philadelphia* [9, р. 12]; *the Big Score* – *Am. success* [9, р. 12]; *(the Old) Bill* – *Br. the police; a policeman* [9, р. 13]; *Blighty* – *Br. obs. England* [9, р. 14]; *Las Vegas night* – *Am. a gambling event* [12, р. 58]; *Maoriland Aus. New Zealand* [9, р. 62]; *Jesus boots or Jesus shoes* – *Men's sandals worn by hippies* [17, р. 199]; *Mr Black* – *ніч, нічний час*. *Peter Jay* – *поліцейський*. *Elvis* – *чоловіча зачіска під Елвіса Преслі*. *George Eddy* – *клієнт, який не дає чайових*. *Charley* – *простак, лопух*. *Mister Charlie* – *біла людина*.

Багатьом словам сленгу притаманні *влучний гумор, гротескне піднесення безглуздої або смішної сторони предметів чи явищ*, які вони позначають: *white man's disease* – *повна відсутність почуття ритму: як корова на льоду: I hope Brent doesn't ask me to dance – he's got white man's disease bad* [7, р. 398].

*Сленг охоплює майже всі сфери життя, описує майже всі ситуації*, крім нудних, тому що *сленгове слово народжується як результат емоційного становлення мовця до предмета розмови*. Сленг – *це постійне словотворення, в основі якого є принцип мовної гри*. Нерідко саме *комічний, ігровий ефект головний у сленговому тексті*. Мовцю важливо не тільки “що сказати”, але й “як сказати”, щоб бути цікавим оповідачем.

*Метафоричне переосмислення* посідає центральне місце у сленговому словотворі. Провідну роль метафори у формуванні семантичних сленгізмів пояснюють тим, що за її допомогою реалізуються специфічні номінативні властивості мови: предикація одному предмету ознак іншого зіставленням цих предметів або їхніх ознак. Наприклад: *Am.: birdcage* – *студентський гуртожиток, табір військовополонених* [12, с. 85] – *Укр.: зоопарк*; *Am.: zombie* – *втомлена людина, новобранець*. – *Укр.: доходяга* [12, с. 184]; *ambulance-chaser* – *юрист, який спеціалізується на нещасних випадках*; *dreamboat* – *приваблива людина або річ* [7, с. 106]. У метафориці часто є *гумористичне трактування* означуваного: *Am.: four-eyes* – *людина в окулярах*. – *Укр.: бінокль*. *melon-head* – *a fool* [9, р. 63]; *sea gull* – *1. курка, індичка; 2. дружина моряка* [12, с. 162]; *bird legs, bird man* – *пілот* [12, с. 85]; *bisquits* – *матрац* [12, 85]; *fox-tail* – *вуса* [12, с. 117].

Простежується також *метонімічний словотвір: suit, vest* – *людина, яка займається бізнесом*; *berries* – *вино*; *ghettoblaster* – *портативна стерео магнітола*; *play* – *діяльність*; *reptiles* – *туфлі*; *rat* – *негідник, криса: Someone here's a rat that's been talkin' to the cops* [7, р. 289]; *turkey* – *тупа людина: пентах* [21, с. 381]; *squirrel* – *божевільний* [21, с. 344]; *chick* – *молода жінка* [21, с. 63]. *Метонімія* як механізм утворення семантичних сленгізмів є менш поширеною порівняно з метафорою. *Метонімічні моделі чітко співвідносяться з певними асоціаціями*. Одним із характерних засобів словотвору, передусім для сленгу, є *каламбурна підстановка*: *Am.: braniac* – *інтелектуал*; *Укр.: бухарест* – *вечірка*.

*Складні англomовні сленгізми* утворюються за допомогою *словоскладання*: *gun-of-the-mill* – *average, typical* [21, с. 315]; *highbrow* – *an intellectual person; a person with*



*refined tastes* [21, с. 179]; *highwaywom* [14, р. 192]; *youngblood* – *Am. A black youth* [13, р. 578]; *bluebottle* – *a police officer* [13, р. 49]; *blue + stocking = bluestocking* – “синя панчоха”, вчена жінка [22, с. 59]; *you-and-me – tea* [13, р. 578]; *goggle-box* – *Br. a television set* [9, 44]; *hot-dog* – *Am., Can. an expert in smth* [9, р. 52]; *meat-head* – *Am. a stupid person* [9, р. 63]; *meat-wagon* – *esp. Am. 1. an ambulance 2. a hearse 3. a police van, black Maria* [9, р. 63]; *gumshoe* – *шукач: He was a gumshoe with the New York police for ten years.* [7, р. 159]; *bughouse* – *crazy: Joe’s gone bughouse* [17, р. 46]; *cathouse* – *a house of prostitution* [21, р. 59].

Для процесу утворення сленгових слів характерне порівняно широке **використання подвоєння**, яке нерідко **посиднують із шумонаслідуванням** (наприклад: *ack-ack* – *armed forces* [18, р. 2]; *choo-choo* – *потяг* [7, р. 65]; *buzz-buzz* – *шум, гам* [7, р. 56]; *chop-chop* – *негайно, у цей момент; Do it now! Chop-chop!* [7, р. 65]; *buddy-buddy* – *дуже близько, по-дружньому* [7, р. 48]); або навіть **понтросня**: (наприклад: *blah-blah-(blah)* – *балачки: ля-ля-ля: I can’t take any more of that dummy’s blah-blah-blah* [7, р. 37]; *boom-boom-boom* – *у швидкій послідовності, один за одним: бах-бах-бах: Business was slow in the morning, but in the afternoon the customers came in boom-boom-boom* [7, р. 42]). Інші сленгові неологізми ґрунтуються **на римованому співзвуччі**: *top-top* – *a person with long and / or untidy hair* [13, р. 345]; *space-case* – *an eccentric, mad or spaced-out person* [13, р. 481]; *hot-shot* – *людина, яка домоглася успіху* [7, р. 188]; *artsy-fartsy* – *кричущий* [7, р. 16]; *gruesome-twosome* – *нерозлучна пара*; *ding-a-ling* – *нерозумна людина, дивна людина* [7, р. 97].

Цікавою особливістю англійського сленгу є **можливість розриву слова і використання як своєрідного інфікса іншого слова**: *abso-bloody-lutely* [21, р. 459]; *inde-goddam-pendent*.

Характерною для сленгу моделлю словотворення, яка не трапляється в інших шарах лексики, є **навмисне каламбурне фонетичне переключення**, що змінює внутрішню форму слова: *gust* замість *guest*, *picture-askew* замість *picturesque*, *drinketite* і *bitetite* замість *appetite*.

Англомовному сленгу властиве досить широке застосування **конверсії**. Конверсивна модель  $N \rightarrow V$  є основною: *to buddy* – *to act as a buddy to* [14, р. 54]; *to badmouth* – *принижувати, ображати: Bert badmouths everyone behind their back* [7, р. 22]. Сленгізми утворюють за допомогою **конверсії** як **від звичайних слів** (наприклад: *chin* – *балакати* [7, р. 64], *neck* – *обійматись, цілуватись* [7, р. 242], *break* – *шанс, можливість* [7, р. 45], *broad* – *дівчина* [7, р. 46]), так і **від сленгових лексичних одиниць** (наприклад, дієслово *snafu* – “*все переплутати*” утворилося від скорочення *snafu* – *безлад, розгардіяш* [7, р. 333]).

Певна частина сленгізмів утворюється **реверсією**. Наведемо приклади **сленгових дієслів**, які біли “реверсовані” від **іменників**: *booker* – *to book*; *arse-licking* – *to arse-lick*; *ass-kissing* – *to ass kiss* [7, р. 18]; *headhunting* – *to headhunt* [7, р. 169]; **іменників від прикметників**: *flacky* – *flake* – *дуже дивна, ексцентрична людина* [7, р. 126]; *tasky* – *tack* [7, р. 361], *wacky* – *wack* [7, р. 389].

**Суфіксальний словотвір** є характерним для американського сленгу. Зазначимо, що **найтиповішою рисою англомовного сленгу є перетворення низки повнозначних слів у напівсуфікси**. Наприклад, слово *monkey* використовують як напівсуфікс зі значенням

“робітник; механік”: *air monkey, broom monkey, company monkey, grease monkey, powder monkey, weed monkey, wheel monkey*. А також “monkey” має значення: £ 500; *monkey nuts* – дурниці [8, p. 677].

Слово *happy* перетворилося в напівсуфікс зі значенням “ентузіаст, аматор”: *adjective-happy, bomb-happy, brass-happy, buck-happy, cab-happy, car-happy, coin-happy, dough-happy, footlight-happy, gin-happy, jive-happy, power-happy, rock-happy*.

Слово *dog* як напівсуфікс синонімічного “man” (звичайно “хитрий чи той, кому пощастило”): *bird dog* – радіопеленгатор [12, p. 85]; *bird dog* – a person, like a detective, talent scout, etc, whose job is to find something or someone [19, p. 32–33]; *barking dogs* – tired or sore feet [19, p. 18]; *line dog (or doggie)* – a soldier, esp a sergeant, in a combat unit [19, p. 347]; *red dog* – a defensive assault in which the linebacker goes directly for the quarterback [19, p. 459]; *road dog* – a good friend; best friend [19, p. 465]; *short dog* – a bottle of cheap wine [19, p. 495]; *top dog* – the most important person; the chief; = BOSS: Who’s top dog around this place? [19, p. 563]; *yellow dog contract* – an employee’s work contract that forbids membership in a union [19, p. 610].

Це слово увійшло також до таких сленгізмів: *dog* – 1. an ugly, unpleasant or unattractive woman or girl; 2. a company or share that performs badly on the stock exchange, a worthless piece of stock [13, p. 139]; *dog (and bone)* – telephone (an example of rhyming slang) [13, p. 139]; *dog’s breakfast* – a mess, an extravagant display [13, p. 141]; *dog collar* – військовий священик [12, p. 107]; *dog biscuit* – (пайковий) сухар [12, p. 107]; *dog face* – рядовий, солдат [12, p. 107]; *dog flight* – повітряний бій, рукопашний бій [12, p. 107]; *dog food* – м’ясні консерви [12, p. 108].

До сленгових напівафіксів належить також запозичений з німецької мови *-fest* (від німецького іменника *Fest* – свято). В англійській мові *-fest* не є самостійним словом. Напівафікс *-fest* використовують в іменниках, що означають якусь діяльність (зазвичай занадто інтенсивну чи безмірну), що триває протягом певного проміжку часу. Наприклад: *bull-fest* – невимушена розмова, бесіда [12, с. 93]; *gab-fest* – зустріч з метою порозмовляти (також *talk-fest*); *chin-fest* – пусті балачки [12, с. 119].

Як напівафікс, що позначає особу, яка володіє певними особливостями, використовують *-pot* (*crack-pot* – божевільна чи ексцентрична людина, *rum-pot* – п’яниця, *stink-pot* – неприємна людина, *sex-pot* – приваблива дівчина).

На відміну від *-fest* і *-pot* напівафіксу *-bug* відповідає іменник, який у сленгу має значення “аматор, людина, схилена на чомусь”. Це ж значення простежується і в словах, в яких *-bug* використовується, як другий елемент: *shutter-bug, radio-bug, jitter-bug*.

Зі сленгових суфіксів виділимо *-o*, що не має спеціального значення, проте додає словам своєрідносленгового колориту: *lingo* < a language, jargon or way of speaking [13, p. 315]; *limo* < a limousine, luxury car [13, p. 315]; *loco* < locomotive [13, p. 319]; *resto* < Can. A restaurant [14, p. 319]; *aggro* – 1. Br., Aus. n., adj. fighting esp. between street gangs; aggressive 2. Am. wonderful [9, p. 7]; *Latino* – Am. person from Mexico or Latin America [9, p. 58]; *milko* – Aus. a milkman [9, p. 64]; *doggo* adj – A variation of *dog-ass*: worthless, inferior, bad [13, p. 141]; *Macco’s* – Aus. / Am. *Mac(k)* / (food from) a McDonald’s Family Restaurant [9, p. 61]; *medico* – a doctor [21, p. 238].

Суфікс *-ee*, що в англійській літературній мові має дуже обмежене вживання, у сленгу є продуктивним. Він не обов’язково позначає об’єкт якої-небудь дії, а й само-

го діяча: *beatee, biographee, cookee, disappointee, for-geftee, happenee, kissee, waitee, wishee, holdupee* та ін.

Продуктивним для сленгізмів є також суфікс *-er*: *clocker* – *a person who engages in clocking* [14, p. 73]; *beezer* – *Am. the nose* [9, p. 12]; *ankle-biter* – *Br., Aus. a child* [9, p. 8]; *bleeder* – *Br. 1. a (contemptible) person 2. a very troublesome thing* [9, p. 14]; *blister* – *Br. obs. 1. (an annoying) person; 2. a summons; 3. to serve with a summons* [9, 14]; *boozer* – *Br. Pub* [9, p. 16]; *greener* – *Br. inexperienced workman, esp. a foreigner* [9, p. 46]; *hacker* – *зломник комп'ютерних програм, людина, помішаний на комп'ютерах: хакер* [7, p. 161]; *honker* – *Am., Aus. a nose* [9, p. 51]; *punter* – *someone who makes a bet with a bookmaker* [19, p. 121]. Порівняємо такі цікаві утворення: *goer-to-bedder, putter-to-bedder, reader-in-bedder* та ін.

Особливу увагу привертають похідні від сполучень типу “дієслово + прийменниковий прислівник”, у яких суфікс *-er* додають як до основи дієслова, так і до основи прийменникового прислівника: *adder-upper, backer-upper, bender-downer, bracer-upper, breaker-upper, bringer-outer, closer-upper, finder-outer, goer-awayer, giver-upper, kicker-offer, putter-awayer, walker-upper*.

Зазначимо, що *префіксальний спосіб словотворення* трапляється серед сленгової лексики значно рідше. Продуктивними для сленгізмів сучасної англійської мови є *такі префікси: co-, de-, non-, over-, re-, un-, up-*. Вони утворюють *іменники, дієслова*, рідше – *прикметники*, приєднуючись, відповідно, до іменникових, дієслівних та прикметникових основ.

Наведемо для прикладу *найпоширеніші словотвірні моделі: похідні з префіксами:*

1) **co-**: **co+n=N**: e. g. *equal* > *coequal*. Префікс *co-* функціонує у *нетранспонувальних моделях* (у яких граматична належність похідного слова й словотвірної основи збігаються) і передає значення спільності;

2) **de-**: **de- + v = V**: e. g. *stabilize* > *destabilize*; *brief* > *debrief*. Префікс *de* за значенням позбавляє, звільняє від того, що позначає основа, і тому збігається зі значенням аналогічного словотвірного елемента загальнозживаної лексики; означає протилежну дію, що виражена основою;

3) **non-**: **non-n=N**: e. g. *sizist* > *nonsizist*. Префікс *non-* входить у синонімічний ряд префіксів з негативним значенням (*un-* та *in-*) та означає протилежність або відсутність якості, вираженої основою;

4) **over-**: **over- + n = N**: e. g. *sight* > *oversight*; *kill* > *overkill*; *nights* > *overnights*. Для префікса *over-* характерні значення надмірності, перевищення того, що виражене основою;

5) **re-**: **re- + v = V**: e. g. *tool* > *retool*. У сучасній англійській мові префікс *re-* може сполучатися майже з будь-яким перехідним дієсловом і має два значення: 1. Повторне здійснення дії з метою її зміни чи поліпшення;

2) Повернення у початковий стан;

6) **un-**: **un- + adj = Adj**: e. g. *ruby* > *unruby*; *cool* > *uncool* [7, 384]. Продуктивний префікс *un-* слугує для утворення прикметників та має значення “відсутність якості, позначеної основою”;

7) **up-**: **up- + v = V**: e. g. *grade* > *upgrade*; *shot* > *upshot*. Префікс *up-* утворює транспонувальні *словотвірні моделі та* має значення напрямленості дії знизу вгору.

Тенденція до економії мовних засобів – універсальна і зумовлена потребами людського мислення та спілкування. Мовна економія охоплює різноманітні явища та процеси, що ведуть до стислості способів вираження змісту висловлювання, унаслідок чого *відбувається ліквідація інформаційно надмірних сленгових елементів, підвищується інформаційна стислість висловлювання*, а отже, пришивидшується темп мовлення. Тенденція до економії мовних зусиль виявляється в компресії слова за допомогою *складового скорочення: усічення (ущільнення) слів (афери, синкопи, апокопи), ініціальні абрєвіатури та телескопія (стягнення)*.

Численними є також приклади сленгізмів, утворених *телескопією (стягненням)* – зрощенням *фрагментів лексичних одиниць або однієї лексичної одиниці з фрагментом іншої: burpie < a black yuppie* [14, p. 55]; *eyelyser < eye + analyser* [14, p. 143]; *Juppy < a Japanese yuppy* [14, p. 213]; *she-male < she + female*; *cigarroot < cigarette + cheroot*; *brunch < breakfast + lunch* та інші.

Серед сленгових лексичних одиниць виділяються і такі, що утворені *ущільненням, яке буває чотирьох типів: 1) Кінцеве ущільнення (апокопа – від грец. відрізати), тобто випадання кінцевої частини слова зі збереженням початкової, наприклад: div < divvy – a person who is odd, stupid, weak or deviant in some way* [13, p. 136]; *graf < graffiti* [14, p. 177]; *hero < heroin* [20, p. 179]; *snap < a snapshot* [20, p. 349]; *hyper < hyperactive* [14, p. 201]; *kanga < Aus. a kangaroo* [9, p. 56]; *Merc < Br. A Mercedes car* [9, p. 63]; *Gib < Br. Gibraltar* [9, p. 43]; *lit. < literature* [21, p. 226]; *cig < a cigarette, a cigar* [21, p. 71]; *veg < vegetable* [21, p. 419]; *cham and sham < champagne* [21, p. 331]. 2) Ініціальне ущільнення (афера) – випадання початкової частини слова зі збереженням кінцевої, наприклад: *roo < a kangaroo* [13, p. 43]. 3) Середнє ущільнення (синкопа) – випадання середньої частини слова, наприклад: *specs < spectacles* [7, p. 340], *McD's < McDonald's: Can you take McD's tonight?* [21, p. 237]; *Mickey D's < McDonald's fast food restaurant* [21, p. 241]; *movie < moving-picture* [21, p. 73]. 4) Змішане ущільнення, де початкова і кінцева частини слова випадають одночасно, наприклад: *a throat – a cut-throat student; an earnest student* [21, p. 397]; *silo < psilocybin (drugs)* [21, p. 338]; *Liz < Elisabeth*.

Значна частина сленгізмів припадає на частку *ініціальних абрєвіатур: B.Y.O. (B.) < bring your own (booze or bottle)* [20, p. 58]; *D.O.A. < dead on arrival – American police and hospital slang to mean: “dead to the world”, particularly after taking drugs or alcohol* [13, p. 137]; *D.O.M. < a dirty old man* [13, p. 143]; *DTP < desktop publishing* [14, p. 123]; *R & R. < rest and recuperation; rest and relaxation (originally military)* [20, p. 314]; *u. vs < ultra-violet rays, sunshine* [13, p. 543]; *EDI < electronic data interchange* [14, p. 130]; *SIDS < sudden infant death syndrome* [14, p. 339]; *VJ < video jockey* [14, p. 404]; *B.S. < bullshit esp. Am., Can.* [9, p. 17]; *O.T.T. < Over The Top – excessive* [16, p. 120]; *Z's [zeds] – sleep, a nap* [16, p. 192]; *B.S. < bullshit – обман, брехня* [7, p. 47]; *C.K. < cocaine* [21, p. 71]; *D.D. < drop dead – забирайся геть, замовкни*.

Простежується також *сленгізми-акроніми* – ініціальні лексичні абрєвіатури, які вимовляють як слова нового типу, фонетична структура яких відповідає фонетичній структурі одноморфемних слів, а читають їх відповідно до правил орфоєпії, як звичайні слова: *JAP < Jewish American Princess – a young Jewish girl, especially a wealthy or a spoilt one* [13, p. 271]; *L.I.F.O. and LIFO < last in, first out – комп'ютерний термін: refers to the order of data put in and returned from the processor* [21, p. 22].

У новому столітті в англійській мові широко використовують **евфемістичні сленгові аббревіації (евфемізми) або складні сленгові аббревіації** – слова, у яких аббревіатурою є перша літера, що вважається словом-табу. Наприклад: **A-head** < *an acidhead, a user of the drug* [21, p. 3]; **A-day** – *29 April 1988* [14, p. 4]; **B-ball** < *basketball* [21, p. 20]; **V-ball** < *volleyball* [21, 419]; **B-girl** < *Am. bargirl, a prostitute or woman of dubious morals who frequents bars* [13, p. 36]; **B.B. brain** < *a stupid person, a brain the size of shot* [21, 20]; **C-joint** < *coke joint – a place where cocaine is sold* [21, p. 71]; **E-free** – *food without additives* [14, p. 131]; **E-fit** < *Electronic Facial Identification Technique* [14, p. 130]; **X-ray eyes** – *having the apparent ability to see through things* [16, p. 190]; **A-OK** – *in the best of condition: I really feel A-OK* [21, p. 9].

Отже, останніми десятиліттями сленг відіграє особливо важливу роль у збагаченні лексики стандартної англійської мови. **Сленг** – це *конотативно забарвлена лексика та фразеологія, яка вийшла за межі певних соціальних груп, має загальнономовний характер, широко вживається в розмовній мові, проте її не вважають “стандартною”, літературною.*

Сленг найчастіше *залежить від соціального статусу людей*, що його використовують, їхньої *національності, професії, хобі*. Однак він завжди вирізняється більшою експресивністю і точністю, ніж загальноновживана лексика. Характерним для сленгу є метафоричність та перевага репрезентативної функції над комунікативною.

**Сленг** з його надзвичайним семантичним багатством, різкою розмаїтістю асоціацій є *ефективним засобом прояву людиною своєї індивідуальності, передачі своїх думок і почуттів у найрізноманітніших ситуаціях*. Найголовніша вимога до новоутворених сленгових одиниць полягає в тому, щоб вони *мали звучну вимову та експресивну забарвленість*, адже саме це є основною гарантією того, що такі сленгізми “приживуться” у певному комунікативному середовищі.

Незважаючи на те, яким способом утворене сленгове слово, чи все правильно з граматичного або фонетичного поглядів, для нього завжди характерне *особливе співвідношення матеріального значення й емоційного забарвлення*, тобто більша питома вага емоційного забарвлення.

**Сучасний англомовний сленг** – *надзвичайно багатий пласт лексики*. Нову номінацію, *метафоричну, свіжу, іронічну та експресивну*, швидко сприймає молодь, *що дає змогу створити неформальну атмосферу у спілкуванні та дати почуття причетності до певної престижної соціальної групи, має високу частотність вживання, часто іронічне забарвлення і значну рухливість*. Сленгові одиниці часто переходять у загальнонаціональну мову і можуть зовсім втратити експресивність, або ж їх забувають.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд. – М. : Высшая школа, 1986. – 295 с.
2. Гальперин И. Р. О термине сленг / И. Р. Гальперин // Вопросы языкознания. – М. : Наука, 1956. – № 6. – с. 107–114.
3. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка : учебник / И. Р. Гальперин. – М. : Просвещение, 1981. – 334 с.

4. *Єфімов Л. П.* Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз : навчально-методичний посібник / Л. П. Єфімов, О. А. Ясінецька. – Вінниця : Нова книга, 2011. – 240 с.
5. *Кухаренко В. А.* Практикум з стилістики англійської мови (**A Book of Practice in Stylistics**) : підручник / В. А. Кухаренко. – 2-ге вид., перекл. та пошир. – Вінниця : Нова книга, 2000. – 160 с.
6. *Потятиник У. О.* Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США) : автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Потятиник У. О. – Львів, 2003. – 246 с.
7. *Англо-русский толковый словарь американского разговорного языка / составитель Р. М. Хармон ; перевод под ред. Ельдырина К. Л., Харина Л. А.* – М. : Видар, 1999. – 416 с.
8. *Баранцев К. Т.* Англо-український фразеологічний словник / К. Т. Баранцев. – К. : **Знання**, 2005. – 1056 с.
9. *Матюшенко В. С.* Dictionary of Slang in North America, Great Britain and Australia. Словарь англійського сленга. Особенности употребления сленга в Северной Америке, Великобритании и Австралии / В. С. Матюшенко. – М. : Флинта: Наука, 2002. – 176 с.
10. *Ричард А. Спирс.* Словарь американского сленга / А. Спирс Ричард. – М. : Рус. яз., 1991. – 528 с.
11. *Русско-американский сленговый разговорник.* – К. : УСХА, 1993. – 231 с.
12. *Судзиловский Г. А.* Сленг – что это такое? Английская просторечная военная лексика / Г. А. Судзиловский. – М. : Воениздат, 1973. – 182 с.
13. *Торн Т.* Словарь современного сленга / Thorne T. // Dictionary of Modern Slang. – М. : Вече Персей, 1996. – 592 с.
14. *Эйто Дж.* Словарь новых слов английского языка / Ayto John // The Longman Register of new words. – М. : Рус. яз., 1990. – 434 с.
15. *Flexner S. B.* New Dictionary of American Slang / Comp. by R. Chapman. – N. Y. : Harper and Row, 1986. – 498 p.
16. *Holder R. W.* Dictionary of Modern Slang / R. W. Holder. – U.K. : Oxford University Press, 1995. – 194 p.
17. *Makkai Adam.* A dictionary of American idioms / Adam Makkai. – New York : BARRON'S, 2004. – 396 p.
18. *Partridge E.* Slang Today and Yesterday / E. Partridge // London: Routledge and Kegan Paul. 1979 p.
19. *Robert L. Chapman.* Dictionary of American Slang / L. Robert // USA: New York : Harper Collins Publishers. – 1995. – 617 p.
20. *Sharman Elizabeth.* Across Cultures / Elizabeth Sharman. – Longman, 2004. – 160 p.
21. *Spears R. A.* NTC's Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions / R. A. Spears. – N. Y. : McGraw Hill, 2000. – 3rd ed. – 560 p.
22. *Watts Karen.* 21st century Dictionary of Slang / Karen Watts. – The Princeton Language Institute, 1994. – 384 p.
23. <http://www.onlineslangdictionary.com>.

Стаття надійшла до редколегії 14.02.2012

Прийнята до друку 21.02.2012

## LINGUO-PRAGMATICS OF MODERN ENGLISH-SPEAKING SLANG: ORIGINS, CLASSIFICATIVE AND SEMANTIC FEATURES

Natalya Glushchuk

*The Ivan Franko National University of L'viv,  
1, Universytets'ka St., L'viv, 79000*

They outline the nature of “slang” phenomenon. The slang of various types and subtypes, semantic and functional particularities of slang lexical units were analyzed, semantic differences between the terms “slang” and “other spheres of low lexical units” were defined, the particularities of their classification were indicated and the slang units in various spheres of communication were researched in the article.

*Key words:* slang, slang units, slang units-neologisms, jargon, jargonisms, argot, synonyms, antonyms, abbreviations, shortenings, acronyms, euphemisms, conversion, compound words.

## ЛИНГВОПРАГМАТИКА СОВРЕМЕННОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО СЛЕНГА: ИСТОЧНИКИ, КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ И СЕМАНТИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ

Наталія Глушук

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,  
ул. Университетская, 1, г. Львов, 79000*

Освещено происхождение понятия “сленга”, проанализировано его виды и подвиды, семантические и функциональные особенности сленговых лексических единиц, определено семантические отличия между сленгом и другими слоями низкоупотребляемой лексики, указано на особенности их классификаций и исследовано сленгизмы в различных сферах общения.

*Ключевые слова:* сленг, сленгизмы, сленгизмы-неологизмы, жаргон, жаргонизмы, аргот, синонимы, антонимы, аббревиатуры, сокращения, акронимы, эвфемизмы, конверсия, сложные слова.