

народные праздники и блюда национальной кухни. При помощи аналогового перевода, в основном, передаются названия элементов национальной одежды, жилища и имущества, административных единиц. Взаимосвязь между такими способами передачи как калькирование и описательный перевод с другими группами в целом не обнаружено. Наименее характерным способом перевода белорусских реалий на английский язык является калькирование.

### Литература

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов. – М., 1966.
2. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М., 1975.
3. Міжнародная навуковая канферэнцыя «Скарына і наш час», 13-14 лістапада 2008 г.: [матэрыялы]: у 2 ч. Ч. 2 / рэдкал.: А.А. Станкевіч (гал. рэд.) [і інш.]. Гомель, 2008.
4. Влахов, С. Непереводимое в переводе / под ред. В.М. Россельса. М., 1980.
5. Рэспубліканскія Купалаўскія чытанні / рэдкалегія: У. І. Каяла (адказны рэдактар) [і інш.]. Гродна, 2009.

## ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ПРАГМАТИКА СЛЕНГА В ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ

О. М. Карась

Современные исследования сленга как экспрессивно-оценочного слоя ненормативной лексики национального языка акцентирует различные стороны функционирования сленга: прагматический, аксиологический, экспрессивный и эмотивный потенциал, генезис становления и развития. Полистатусность сленгового фонда национального языка предопределила вариативность определений сленга. В. А. Хомяков, определяя сленг, особо отмечает его периферийное положение вне пределов литературой разговорной речи [2, с. 76].

Границы функционального употребления сленговых слов и выражений четко определить достаточно сложно, так как их использование прослеживается практически во всех социальных группах и на различных уровнях неформального общения. Так, современная молодежь создает и употребляет сленг как жест противодействия однообразию речи и с целью выражения критического отношения к окружающему миру, что детерминировано коммуникативным потенциалом сленга: возможностью передавать образность, экспрессивность, насмешку, сарказм, грубость. Таковыми являются следующие сленгизмы: *bullshit* (нести чушь собачью), *dumb bunny* (козел отпущения, «тряпка»), *rolling stone* («перекати-поле», бродяга; «скатертью дорога»), *top banana* (босс, начальник), *blood-waggon* (машина скорой помощи).

Также сленг употребляется в неформальном общении для передачи определенных настроений, придания высказыванию живости, образности, краткости: *OMG* («Oh my God»; выражение бурных эмоций), *LOL* («laughing out loud»; смеяться, *исп.* в социальных сетях), *hot red* (классный), *bad egg* (аналог «больная овца в стаде»).

Наш анализ способов формирования сленга позволяет указать два магистральных пути сленгообразования, каждый из которых по-своему подчеркивает функциональное своеобразие и уникальность формы сленговых слов. Первый путь, семантический, при котором образование сленгизмов происходит на базе нормативных форм: именно литературный язык является основой для образования этого пласта лексики за счет добавления либо переноса новых значений и форм на уже существующие. Второй путь предполагает намеренное искажение традиционной формы, позиционирует сленг в качестве некоторого отдельного «подъязыка» со своими формами, правилами и нормами.

В зависимости от распространенности сленговых слов и частотности использования некоторые из них в своей эволюции могут через определенное время полностью выходить из употребления, тогда как другие фиксируются в литературном языке.

Обобщив характеристики данного слоя ненормативной лексики, можно сказать, что сленг (от *англ.* *s* (*special*) + *lang* (*language*)) – это специфический пласт лексики национального языка, характеризующийся образностью, экспрессивностью, оценочностью и словотворчеством. Целью сленга является противостояние однообразию речи, создание эффекта новизны, придание высказыванию живости, краткости, образности, а также выражение специфических эмоций либо посредством наделяния традиционных форм новыми оттенками значения, либо посредством создания сленговых неологизмов.

Писатели и поэты, работающие в различных литературных жанрах и стилях нередко прибегают к использованию данного пласта лексики, который может быть внедрен в их произведения для создания разных эффектов:

1. для передачи атмосферы произведения – социального (профессионального) контекста общения, специфики референтной группы героев романа (потенциал молодежного и профессионального сленга особо отмечается в этой функции);
2. для передачи времени / эпохи – исторического контекста;
3. для передачи настроения и эмоций героев произведения (радости, гнева, депрессивных состояний, возбуждения и т.д.).

Для исследования функционирования сленга в художественных произведениях в качестве экспериментального материала нами был взят ро-

ман А. Хейли «Аэропорт» [1; 3]. Семантический анализ присутствующих в романе сленговых выражений позволил нам предложить следующую классификацию сленга по критерию специфики объекта / явления, явившегося предметом выражения оценки и отношения с помощью сленгового выражения.

В нашей классификации были выделены следующие четыре функциональные группы сленговых слов: 1) отношение к личности / характеристика человека; 2) отношение к окружающей действительности: оценка объектов, явлений, ситуаций; 3) неформальная номинация объектов; 4) эмоциональные восклицания.

Так, группа сленга «*отношение к личности / характеристика человека*», представляет собой интегративную группу сленговых выражений и слов, в рамках которой возможно выделение ряда частных подгрупп: а) характер человека: *Keep that **bumptious bastard** out of my hair, but book me on his flights* – ‘Держите этого **надутого индюка** от меня подальше, но летать я буду только с ним’; б) общая оценка личности: *Only **meatheads** like us would work in this lousy weather* – ‘Только **болваны** вроде нас и могут работать в такую чертову погоду’; в) фамильярное / оскорбительное обращение к человеку: *You **bastard!** I’m not a ball game where you keep a scorecard* – ‘**Мерзавец!** Что ты там считаешь – я же не в кегли с тобой играю!’; г) социальный статус человека: *He had begun his working life as a **grease monkey** in a garage* – ‘Свою рабочую жизнь он начал **смазчиком** в гараже’; д) интеллектуальные способности человека: *Though if he has any **gumption**, he isn’t starving* – ‘Хотя с голоду, конечно, не помрет, если у него **котелок варит**’.

К группе «*отношение к окружающей действительности: оценка объектов, явлений, ситуаций*» нами были отнесены сленговые единицы, выражающие негативную или нейтральную оценку явлений и объектов окружающей действительности: а) негативная оценка: *It was on the **crappy side**, though* – ‘Но в общем **дрянь**’; б) нейтральная оценка: *Patsy seemed to have the kind of **resilience** which would be helpful to her in future* – ‘Пэтси словно **прошла закалку**, а это еще пригодится ей в будущем’.

Группу «*неформальная номинация объектов*» формируют сленговые выражения вторичной номинации объектов профессиональной деятельности героев романа, которые составляют профессиональный сленг авиационных служащих: *These were in a holding area, which pilots called the **penalty box**, and would move in as gate positions became vacant* – ‘Их держали в так называемой «**предварилровке**» – в ожидании, пока освободятся места у галерей-гармошек’.

Последнюю группу «*эмоциональных восклицаний*» составили сленговые единицы, являющиеся экспрессивно-эмотивными выражениям в неформальном диалоге: *Damn you, get down here fast* – ‘Черт бы тебя побрал, приезжай сюда и быстро’; *I don't give a goddam!* – ‘А мне плевать!’.

Наиболее репрезентативной в романе «Аэропорт» оказалась функциональная группа сленга, выражающая *отношение к окружающей действительности: оценку объектов, явлений, ситуаций* (23 единицы, 38,3 %). Менее многочисленной является функциональная группа сленговых единиц со значением «*отношение к личности / характеристика человека*» (17 единиц, 28,3 %). Следующая по репрезентативности – группа «*неформальная номинация объектов*» (14 единиц, 23,3 %). Минимально представлены сленговые эмоциональные восклицания (6 выражений, 10 %).

Таким образом, сленг – официально не включенный пласт лексики в литературный язык, находит свое место и в художественной литературе. Его способность создания эффектов новизны, живости, оценочности, наглядности привлекает писателей как эффективный инструмент художественной образности и литературной стилизации.

#### Литература

1. Хейли, А. Аэропорт / А. Хейли – АСТ, 2006. – 476 с.
2. Хомяков, В.А. О термине «сленг» / В.А. Хомяков // Вопросы теории английского и немецкого языков: Сб. науч. ст. – Л.: ЛГПИ им. А. И. Герцена, 1969. – С. 75-81.
3. Hailey, A. Airport / A. Hailey. – Doubleday, 1968. – 440 p.

## СТРУКТУРА PR-ОРГАНИЗАЦИЙ

### В. Д. Кирик

В настоящее время, грамотно выстроенная система коммуникаций с общественностью является несомненным преимуществом одного бизнеса над другим. Потребители, поставщики, инвесторы и другие заинтересованные лица все больше внимания обращают на качество PR-деятельности компании, с которой собираются сотрудничать, так как имидж решает многое, если не все. И именно на формирование положительного имиджа направлена деятельность специалистов в сфере публик рилейшнз.

Качество публицити предприятия зависит от множества факторов. Образование PR-специалиста, опыт, уровень финансирования PR-проектов – это далеко не полный список позиций, влияющих на качество оказываемых услуг в области публик рилейшнз. На уровень качества деятельности в сфере публик рилейшнз влияет и то, как выстроена деятельность внутри организации, занимающейся PR. К PR-организации мы