моделі іменника в німецькомовному. Статистичні обчислення сприятимуть об'єктивному прогнозуванню очікуваних змін у лексичній структурі іменника, які пройшли синергетичний цикл «порядок – хаос – порядок». Відповідно, такі зміни відображатимуться в німецькій мові також на словниковому рівні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дребет В. В. Полісемія іменників і прикметників у сучасній німецькій мові (на матеріалі тлумачного словника німецької мови): дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук: спец 10.02.04 «Германські мови» / В. В. Дребет. – Одеса, 1998. – 182 с.
2. Дребет.В. В. Декодування іменників у німецькомовних текстах художньої прози та преси (синергетично-квантативний підхід): Монографія / В. В.Дребет. – Тернопіль: Астон, 2016. – 400 с.
3. Москальская О. И. Теоретическая грамматика современного немецкого языка. Учебник для студ. высш. учеб. заведений / О. И. Москальская. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – С. 146–148.
4. Altmann G. Modelling diversification phenomena in language / G. Altmann // Diversification Processes in Language: Grammar. – Hagen: Margit Rottmann Medienverlag, 1991. – S. 33–46.
5. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache: in 10 Bd. [Електронний ресурс]. – On CD. – Mannheim: Dudenverlag, 2000.
6. Doris W. Genus: Zur Funktion einer Nominalkategorie exemplarisch dargestellt an Deutschen/ W. Doris- Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 2001. – 152 S.
7. Helbig G. Deutsche Grammatik: Ein Handbuch für den Ausländerunterricht / G. Helbig, J.Buscha. – [17. Aufl.]. – Leipzig; Berlin; München; Wien; Zürich; New York: Langenscheidt Verlag Enzyklopädie, 1996. – 736 S.
8. Ogden C. K. Die Bedeutung der Bedeutung / C. K Ogden, I. A. Richards. – Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1974. – 384 S.

Боднарик Марія
Науковий керівник – канд. філол. наук, викладач Дзюбіна О. І.

СЛЕНГ В АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ СЕРІАЛУ «ДРУЗІ»)

Статтю присвячено дослідженню питання використання емоційно-забарвленої лексики фамільярного стилю у межах сучасного англомовного кінодискурсу. У матеріалі також розглядається доцільність вживання сленгізмів у розрізі зазначеної теми, проаналізовано серіал на наявність останніх.

Ключові слова: *сленг, англійська мова, кінодискурс, кіноіндустрія.*

Предметом дослідження є сленг у англомовному кінодискурсі – використання емоційно-забарвленої лексики фамільярного стилю у аудіовізуальному виді дискурсу.

Мета статті – проаналізувати видимі риси сленгу в американському кінотексті.

Кіномистецтво вросло у наше життя дуже Кіно для середньостатистичної людини сьогодні – одна з найзатребуваніших розваг. Це вдале поєднання технічного та емоційного аспектів, що здатне змінювати систему цінностей особи. Залежно від того, яку ідею сформовано й покладено у сюжет стрічки – глядач має отримати дозу мотивації та натхнення, а може стати мішенню маніпуляцій та пропаганди. На думку В. А. Хомякова, кіно постійно визначає, зміцнює та перетворює світосприйняття глядача [4, с. 64].

Тисячоліттями своєю впливовістю відзначалися тексти. Однак, усе змінилося з появою телекомунікацій. У сучасному світі цю роль тепер відіграє медіа-текст. Це і є той самий, але удосконалений аудіо-візуальним супроводом, матеріал. Хоча, після режисерської роботи та з виведенням тексту на екран, дуже часто він перестає нести свій першопочатковий задум. Безумовно, у такому вигляді твір значно краще відображає думки та емоції сучасного покоління, надто тому, що приваблює своєю подачею.

Питання було вивчене та проаналізоване низкою відомих дослідників, серед яких А. Зарецька, О. Каменська, Л. Козуб, Е. Партрідж, І. Л. Ален, Р. Фергуссон, на праці яких ми посилаємося у цьому матеріалі.

Виходячи з вищесказаного, одним із інструментів сьогодення справедливо вважати мову як основний метод спілкування. Величезна кількість людей використовує її як засіб зв'язку у найрізноманітніших сферах життя: починаючи від ділових зустрічей, закінчуючи культурними заходами. Це – ефективний спосіб передачі інформації та повсякденного спілкування, який допомагає людям із різних куточків планети не тільки розуміти одне одного, а ще й домовлятися про якісь спільні процеси. Формат спілкування визначається подачею обраної для процесу лексики. За її забарвленням можна легко визначити, до якої верстви населення приналежний мовець та який настрій слугував рушієм для викладеного.

Емоційна складова є значущою частиною комунікаційного процесу, що відображає розуміння стану людини та її основних потреб. Для мовного відображення емоцій В. Шаховський відводить три групи лексики: лексика, що називає, описує та виражає емоції. Приведені категорії призначені для вияву експресивного стану мовця. [5, с. 192]

Варто зазначити, що саме тому у лінгвістиці кінодискурс посідає важливе місце царини досліджень.

Отже, *кінодискурс – це аудіовізуальний вид дискурсу, специфіка якого у тому, що шлях інтерпретатора наявний у ньому від тексту до мови, тоді як у природному живому спілкуванні порядок інший – від мови до тексту.* [8, с. 85]

Намагаючись спростити сприйняття тексту певного фільму споживачами, у кінодискурсі знатно використовується спектр найрізноманітнішої лексики. Серед можливих лексичних засобів: професіоналізми, сленгізми, жаргонізми, діалектизми, поетизми, архаїзми, неологізми, варваризми й тому подібне. Такий підхід допомагає наповнити та увиразнити репліки героїв, робить їх зрозумілішими й емоційнішими, що дає можливість чітко розпізнати палітру почуттів, якими володіє персонаж, а також дістати вказівку на розуміння соціального статусу героя.

Одним із відомих сленгологів є Ерік Партрідж. Він називає свою одиницю вивчення квінтесенцією розмовного мовлення: *«Slang, being the quintessence of colloquial speech, must always be related to convenience rather than to scientific laws, grammatical rules and philosophical ideals»* [7, с. 146]. Він вказує, що сленг використовує людина весела, молода та грайлива. Головною метою вживання останнього дослідники приурочують вираженню почуття приналежності до певної соціальної групи. Е. Партрідж також зазначає, що сленг доволі не нове явище, його можна було зустріти також у грецькій та латинській мовах. Проте, погоджується з тим, що англійський сленг – неповторний. [7, с. 146]

Великою мірою розвиток та популяризація сленгу залежить від продуктивності кіномистецтва, а надто від Голлівуду й подібних провідних виробників фільмографії.

У ході дослідження взято й проаналізовано, для прикладу, сленгізми з серіалу «Друзі» з метою набути уявлення про те, за яких обставин сленг найчастіше був вжитий героями стрічки:

It's a little flashy – Так собі, блискітка (знецінення, у відповідь на репліку партнера);

Bummer – Невдача (найвдаліше описує характер ситуації);

Drop a dime – Заклав (характеристика дії героя);

Atta boy – От молодець! (похвала – той випадок, коли сленгова одиниця має стилістичне забарвлення);

You're a big scrud! – Трясця! (емоційна відповідь);

Can open, worms everywhere – Розкрилася жахлива правда (чудово розкриває суть ситуації та якнайкраще пояснює емоційний стан).

Отже, під час дослідження нами було виявлено, що у першому сезоні серіалу «Друзі» понад 60 % усіх реплік становлять сленгізми, а це більша половина тексту. Також, варто зазначити, що обраний нами серіал ідеально підходить для аналізу, оскільки у серіалі «Друзі» добре представлені різновиди сленгу: молодіжний сленг, ненормативна лексика та інші.

Підсумовуючи, зауважимо, що сленгізми – це слова або вислови усного мовлення, які є характерними для людей певних соціальних та професійних груп. Це завжди актуальна тема для досліджень. У переважній більшості вважається, що сленг має лише обмежено жартівливе забарвлення. На практиці виявляється, що це далеко не так. Він, дійсно, пов'язаний із літературною мовою та може вживатися у будь-якому розумінні. За допомогою методу аналізу попередніх досліджень та обраного кінотексту можемо дійти висновку – розуміння особливостей використання цього мовного засобу дає нам право стверджувати, що ми можемо створити портрет конкретного героя: змалювати його психотип, окреслити можливі варіанти його подальшої поведінки, розглядати авторську позицію стосовно певної ситуації. Звідси стає зрозуміло, що сленг неможливо ігнорувати ані авторам, ані режисерам і, саме тому ми маємо можливість переглядати вкрай емоційно насичені стрічки й переймати закордонний досвід. Адже, сленгізми давно не мають ніякого географічного обмеження. Кінокультура поширює цю легку експресивність навіть швидше, ніж продукує.

ЛІТЕРАТУРА

1. Денисова С. П. Дискурс у сучасних комунікаційних системах / С. П. Денисова // Дискурс у комунікаційних системах. Збірник наукових статей. – К.: КиМУ, 2004. – С. 5–14.
2. Єфімов Л. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз: учбово–методичний посібник / Л. Єфімов, О. Ясінецька. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 240 с.
3. Карасик В. Языковые ключи / В. И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2007. – 520 с.
4. Хомяков В. А. Три лекции о сленге : [пособие для студентов англ. отд–ния пед. вуза] / В. А. Хомяков. – Вологда: ВГПИ, 2009. – 64 с.
5. Шаховский В. Категоризация эмоций в лексико–семантической системе языка / В. Шаховский. – Воронеж: Изд–во Воронежск. гос. ун–та, 1978. – 192 с.
6. Halliday M. A. Linguistic function and literary style: An inquairy into the language // Essay in modern stylistics. – L.; N.Y., 1981. – 247 p.
7. Partridge, E. Slang Today and Yesterday/ E. Partridge. – New York: The Macmillan, 1934. – 476 p.
8. Richard J. Pragmatics and Cinematic Discourse / Janney Richard. // Lodz Papers in Pragmatics. – 2012. – №8. – 113 p.
9. Матеріали Круглого столу «Кінодискурс у лінгвістиці та соціології» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mediatopos.org/
10. Сценарій американського ситкому «Друзі», продюсерської компанії «Брайт/Кауфман/Крейн продакшенс», 1994 – 2004 р., 1, 2, 3, 15, 20 серії 1 сезону [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://notabenoid.com/book/16784