

ОВВ, где присутствуют как частичное повторение информации посылок, так и элементы дополнительной интерпретации автором сказанного ранее. Тем самым здесь сочетаются коммуникативно старое и коммуникативно новое знание. Например, за посылками А <...the insertion of the conjunction 'and' adds another possible reading...> и В <If both clauses are pronounced with a rising «comma» intonation as a kind of open list, the weak simultaneity reading seems to reappear even in the absence of 'and'> следует следующее ОВВ: <Thus, both conjunction and prosody play a role in inducing the effect on discourse interpretation...>. Можно заметить, что проанализированные типы высказываний отличаются не только характером следствий, но и степенью абстракции. Так, чистые выводы в наибольшей степени контекстуально зависимы, обобщения второй группы несколько более самостоятельны, а собственно ОВВ максимально автосемантически на фоне других. По своей природе они уже поднимаются до уровня научного закона/закономерности.

Таким образом, основные принципы, призванные облегчить обнаружение ОВВ в тексте, — это определение их относительной автосемантической и имплицативной природы.

А.Г. Климович
МГЛУ (Минск)

ГЕТЕРОГЕННОСТЬ АНГЛИЙСКОГО СЛЕНГА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «НАИМЕНОВАНИЯ ДЕНЕГ»)

Сленг, с точки зрения территории распространения, может быть как гомогенным, так и гетерогенным образованием. Примером гомогенного сленгового образования может быть исландский либо шведский сленги. В то же время английский сленг представляет собой гетерогенное образование, включающее различные его территориальные варианты. Доклад посвящен выявлению гетерогенного характера английского сленга на материале тематической группы (ТГ) «Наименования денег», что производится нами в результате сравнения данных британского (оксфордский словарь) и американского (под редакцией С. Флекснера) словарей сленга.

Нами было проанализировано 439 сленгизмов данной ТГ. Вся исследуемая лексика была распределена по следующим подгруппам: «money» (200 наименований — 45 % всей исследуемой лексики), «British money» (55 наименований — 13 %), «North American money» (138 наименований — 31 %) и группа «другое», включающая всего 46 лексем (11 % всей исследуемой лексики), например: *kite* 'cheque', *bird* 'coin', *cabbage leaves* 'currency' и т.д.

В группу «money» вошли названия как собственно денег, так и различных сумм денег, денег с дополнительным указанием материала, из которого они были сделаны, фальшивых денег и т.д.; например, *palm oil* 'money', *shekels* 'money', *wallpaper* 'counterfeit money', *lettuce* 'paper money'. В группу «British money» и «North American money» вошли соответственно названия валют Британии и США.

В зависимости от территориальных характеристик (страны возникновения и дальнейшей судьбы сленгизма) в английском сленге можно выделить несколько подгрупп:

1) британская сленговая лексика, возникшая на территории Соединенного королевства и не вышедшая в своем употреблении за его пределы (*британизмы*); например, *monkey* 'five hundred pounds', *quid* 'a pound' и т.д.; 2) американская лексика (*американизмы*), например, *silver Jeff* 'twenty five cent', *horse nails* 'coins', *dust* 'cash'; 3) лексика, перешедшая из британского сленга в американский (*британо-американизмы*); например, *thou* 'thousand dollars', *berry* 'a dollar'; 4) сленговая лексика, заимствованная в обратном направлении (*американо-британизмы*); например, *buck* 'a dollar', *pound* 'five dollars'; 5) другое: лексика, перешедшая в американский и/или британский сленг из австралийского и новозеландского вариантов английского сленга.



Распределение сленгизмов ТГ «Наименования денег» в зависимости от территориальных характеристик

Число *американизмов* (сленгизмов, известных только на территории США) больше в 3 раза числа *британизмов* (сленгизмов, известных только жителям Великобритании). Характерно, что наименований американской валюты в английском сленге больше, чем британской. Количество сленгизмов, перешедших из Америки в Британию, в 5 раз больше, чем сленгизмов, заимствованных в обратном направлении. Причем группа *британо-американизмы* на 100 % представлена сленгизмами, обозначающими американскую валюту, в то время как в группе *американо-британизмы* наименования британской валюты представлены только 12 % лексем. Эти факты, во-первых, иллюстрируют преимущественное развитие американского варианта сленга по сравнению с британским, а во-вторых, обусловлены более значительной ролью американских экономических и финансовых отношений во всем мире. Вместе с тем группа «другое» представлена на 93 % сленгизмами, обозначающими британскую валюту, что может быть объяснено слабыми социальными и культурными связями Австралии и Новой Зеландии с США и длительным историческим и культурным взаимодействием с Британией.

Е.П. Колбаско
БГЭУ (Минск)

ФРАЗОВЫЕ ГЛАГОЛЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Фразовые глаголы употребляются не только традиционно в устной речи, но и все больше проникают в официальную письменную речь. Важно, что фразовые глаголы прочно закрепляются в официальной речи и являются базой для пополнения словаря