

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

(повне найменування вищого навчального закладу)

Філологічний факультет

(повне найменування інституту/факультету)

Кафедра прикладної лінгвістики

(повна назва кафедри)

К в а л і ф і к а ц і я н а р о б о т а

**«Сленг американських транспортних перевізників: принципи
укладання електронного словника»**

«American trucking slang: principles of compiling an electronic dictionary»

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконав: студент денної форми навчання
спеціальності 035 Філологія

035.10 «Прикладна лінгвістика»

Освітня програма «Прикладна лінгвістика»

Гліб КУЧМА

Науковий керівник:

_____ к. філол. н., доц. Олександра СЕМЕНЕНКО

Рецензент: д. філол. н., проф. Наталя КУТУЗА

Рекомендовано до захисту:

протокол засідання кафедри

№ __ від _____ 2023 р.

Завідувач кафедри

_____ к. філол. н.,

(підпис)

доц. Лариса ШЕВЧУК

Захищено на засіданні ЕК № 3

протокол № __ від _____ 2023 р.

Оцінка _____ / _____ / _____
(за національною шкалою / шкалою ECTS/ бали)

Голова ЕК

_____ д. філол. н.,

(підпис)

доц. Лариса ШЕВЧУК

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| Вступ..... | 3 |
| Розділ 1. Професійний сленг та соціолект: дефініція понять..... | 8 |
| 1.1. Соціолінгвістичні дослідження професійного мовлення..... | 8 |
| 1.1.1. Соціальна диференціація мови як проблема соціолінгвістики..... | 8 |
| 1.1.2. Поняття соціолекту як вияву професійного мовлення..... | 11 |
| 1.2. Термінологічна визначеність терміна «професійний жаргон»..... | 15 |
| 1.3. Поняття «сленг» у професійній комунікації..... | 17 |
| Розділ 2. Мовні особливості професійного англомовного спілкування у сфері транспортних перевезень | 22 |
| 2.1. Комунікативні ролі у професійному спілкування транспортної логістики..... | 22 |
| 2.1.1. Професійний сленг англомовних водіїв..... | 22 |
| 2.1.2. Професійне мовлення диспетчерів..... | 24 |
| 2.2. Мовний «портрет» водіїв-інформантів..... | 28 |
| 2.3. Характеристика інтеракцій диспетчера з водіями..... | 32 |
| Розділ 3. Теоретико-методологічні засади створення електронного словника сленгу транспортних перевезень..... | 44 |
| 3.1. Специфіка електронного словника..... | 44 |
| 3.2. Принципи створення електронного словника сленгу транспортних перевезень..... | 50 |
| 3.3. Опис електронного словника транспортної логістики..... | 54 |
| Висновки..... | 61 |
| Список використаних джерел..... | 64 |
| Додатки..... | 72 |

ВСТУП

Актуальність дослідження. Спілкування у професійній сфері потребує володіння як літературною мовою з її нормами і правилами, так і особливим різновидом професійного мовлення, що передбачає знання термінології, сталих виразів, професіоналізмів, а також мовних елементів, що не входять до системи літературної мови. Якщо професійна діяльність пов'язана з навичками комунікації, то рівень комунікантів є дуже високим, оскільки володіння мовою входить до базових професійних вимог, наприклад, це мовлення журналістів, юристів, учителів. Утім, якщо професійна компетенція не передбачає як обов'язковий компонент вміння спілкуватися, мовлення представників цих професій насичене професіоналізмом і жаргонізмами. На позначення таких типів професійного мовлення вживають термін «соціолект», що характеризує мовлення різних соціальних груп, зокрема і професійних. Соціальні діалекти потрактовують як варіанти національної мови, а їхні відмінності зумовлені приналежністю мовців до тієї чи тієї соціальної групи, наприклад, до певного соціального класу, етносу, вікової групи чи професії. Загалом терміном «діалект» послуговуються здебільшого щодо територіальних особливостей мовлення, проте і на позначення мовлення соціальної групи поширене використання саме цього поняття (О. Бугера, М. Вінтонів, С. Гірняк, О. Данилевська, С. Дмитрієв, Л. Масенко, Л. Ставицька та ін.). Лінгвісти послуговуються терміном «діалект» як родовим поняттям, що поєднує діалекти та соціолекти як мовні варіанти, що характеризуються особливим словниковим складом, специфікою використання граматики та вимовою. Особливий інтерес до проблеми соціальних діалектів (соціолектів) демонструє соціолінгвістика, одним із завдань якої є вивчення специфіки мовлення представників різних, зокрема і професійних, соціальних груп (В. Зірка, Т. Ілик, С. Матос, Г. Мацюк, Є. Редько, О. Соколова, О. Таран та ін.).

Ми зосередили увагу на професійній комунікації в галузі транспортних перевезень, а саме на спілкуванні водіїв з логістом-диспетчером. Для дослідження було обрано англomовних водіїв різних етнічних груп і національностей, які працюють у США. Логістика таких перевезень може здійснюватися з будь-якої точки земної кулі за допомогою дистанційних технологій, тому часто диспетчери знаходять в Європі, а водії – в США. Транспортні перевезення такого типу є не пасажирськими, а вантажними, тому водієві немає потреби спілкування з кимось, окрім диспетчера. Це зумовлює спонтанність і ненормованість комунікації, при цьому водії є носіями соціолекту транспортних перевізників. Для багатьох англійська мова не є рідною, тому це також накладає певні риси на комунікативну взаємодію між водіями і диспетчером.

Мета магістерської роботи – проаналізувати професійне мовлення англomовних перевізників у США та розробити англійсько-український електронний словник сленгу транспортних перевізників.

Мета передбачала виконання таких **завдань**:

- 1) визначити поняття професійного мовлення та розмежувати терміни «соціолект», «жаргон» і «сленг»;
- 2) схарактеризувати поняття сленгу та простежити його еволюцію в аспекті найменування професійного мовлення;
- 3) проаналізувати усне і письмове англomовне спілкування диспетчера з транспортними перевізниками та описати «комунікативні портрети» учасників цієї взаємодії;
- 4) з'ясувати специфіку професійного мовлення англomовних транспортних перевізників і виокремити сленгізми;
- 5) створити електронний англійсько-український словник сленгу транспортних перевізників.

Об'єктом дослідження є професійне мовлення англomовних перевізників (диспетчера і водіїв), а **предметом** – сленгізми в професійному

мовленні англomовних водіїв і принципи створення електронного словника їхнього сленгу.

Тема роботи узгоджується з науковою темою кафедри прикладної лінгвістики ОНУ імені І. І. Мечникова «Прикладні аспекти дослідження мовної комунікації: когнітивно-дискурсивні виміри» (номер державної реєстрації 0123U102224).

Джерельна база охоплює записи розмов диспетчера з англomовними водіями (загалом проаналізовано понад 30 годин аудіозапису), текстові повідомлення в корпоративному чаті (понад 500 повідомлень). Комуникантами обрано водіїв вантажних перевезень з США, логістика пересувань і роботи яких регулюється диспетчером онлайн. Загалом схарактеризовано мовлення п'яти водіїв на підставі особистісного професійного досвіду автора дослідження за 2023 рік. Опрацьовано і введено до словника 88 реєстрових одиниці (лексем, словосполучень, сталих виразів і фраз).

Теоретичне значення дослідження полягає у поглибленні теоретичних засад комп'ютерної лексикографії та соціолінгвістики, зокрема у виробленні теоретико-методологічних засад створення електронного словника сленгу; систематизації лексичних одиниць професійного мовлення; опису соціолекту та розмежування понять сленгу і жаргону у професійному мовленні. Дослідження є внеском в українську теорію комп'ютерної лінгвістики та соціолінгвістики.

Практичне значення зумовлене можливістю використання отриманих результатів у викладанні курсів «Комп'ютерна лінгвістика», «Комп'ютерна лексикографія», «Основи прикладної лінгвістики», «Міжкультурна комунікація», «Соціолінгвістика» і «Комунікативна лінгвістика», а також у написанні курсових і магістерських робіт здобувачів ЗВО. Розроблений та оприлюднений електронний словник сленгу англomовних перевізників прислужиться у роботі логістичних фірм і допоможе диспетчерам у спілкуванні з водіями під час обговорення замовлень.

Апробація роботи. Результати проведеного дослідження було презентовано на онлайн-курсі «Комп'ютерна лексикографія» в межах проекту «Шість курсів з цифрової української філології» (вересень–грудень 2022 року, Єнський університет, німеччина) обсягом 3 кредити ЄКТС (90 годин), що засвідчує відповідний сертифікат (див. *Додаток А*).

Участь у наукових конференціях:

1. V Міжнародна науково конференція «Нова лінгвістична парадигма: теоретичні та прикладні аспекти» (Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 15–16 грудня 2023 року). Доповідь: Соціолект англомовних водіїв вантажних автомобілів: професійна лексика.

2. Всеукраїнська студентська наукова інтернет-конференція «Актуальні питання сучасної філології та журналістики» (Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 19 квітня 2023 року). Доповідь: Електронний словник сленгу американських транспортних перевізників: добір лексики.

3. Всеукраїнська науково-практична конференція «Мова і право» (Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, 25 жовтня 2022 року). Доповідь: Принципи створення англо-українського електронного словника сленгу американських транспортних перевізників.

4. Всеукраїнська наукова конференція «Українська філологія в контексті розвитку європейської наукової думки» (Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 10–11 листопада 2022 року). Доповідь: Словник сленгу американських транспортних перевізників: принципи укладання.

5. Сьомі міжнародні наукові читання пам'яті члена-кореспондента НАН України доктора філологічних наук, професора Юрія Карпенка (ОНУ імені І. І. Мечникова, 29–30 вересня 2022 року). Доповідь: Виявлення фактичних тверджень у семантико-текстуальній лінгвістичній експертизі.

Публікації: Кучма Г.Є. Принципи створення електронного англо-українського словника сленгу транспортних перевізників. Філологічні студії: збірник студентських статей. Вип. 14. Одеса, 2023. С. 54–60.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаної літератури.

У першому розділі «Професійний сленг та соціолект: дефініція понять» представлено основні підходи до вивчення професійного мовлення в українському та зарубіжному мовознавстві, визначено поняття професійного жаргону, професійного сленгу та соціолекту. У другому розділі «Мовні особливості професійного англomовного спілкування у сфері транспортних перевезень» схарактеризовано специфіку спілкування диспетчера з англomовними водіями вантажних перевезень та окреслено основні риси комунікативних портретів мовців. У третьому розділі «Теоретико-методологічні засади створення електронного словника сленгу транспортних перевезень» схарактеризовано основні принципи розроблення та функціонування електронного словника і продемонстровано можливості роботи з ним.

РОЗДІЛ 1

ПРОФЕСІЙНИЙ СЛЕНГ ТА СОЦІОЛЕКТ: ДЕФІЦІЯ ПОНЯТЬ

1.1. Соціолінгвістичні дослідження професійного мовлення

1.1.1. Соціальна диференціація мови як проблема соціолінгвістики

Відображення соціальної диференціації суспільства у мові становить складну проблему, вирішенню якої присвятили свої дослідження багато українських науковців (М. Вінтонів, О. Данилевська, Л. Масенко, С. Соколова, Л. Ставицька та ін.). Проблема соціальної диференціації мови привертає увагу також закордонних дослідників, про що свідчать їхні праці (М. Андерсон [56], М. Халлідей [67], І. Івас [70], М. Монтгомері [74], Е. Партридж [75–77], С. Ромайне [81], Д. Смакман [82] та ін.).

Форми існування мови поділяються на основні (головні) та вторинні залежно від їх функціонально-стильового призначення: мовного об'єднання або, навпаки, виділення відповідних груп носіїв певної національної мови. До основних форм існування мови, які сприяють об'єднанню всього народу (або його найбільших територіальних та соціальних підрозділів), належать літературна мова, розмовна мова, просторіччя та територіальні діалекти.

До вторинних форм існування мови, які сприяють мовному відокремленню певних соціальних, професійних та вікових груп, належать різні типи соціальних діалектів: професійні мови, різноманітні жаргони та арго, що обслуговують меншу частину народу [27, с. 45-47]. Спільною рисою всіх мовних утворень, включених у категорію соціальних діалектів, є обмеженість їхньої соціальної бази: вони виступають засобом спілкування, зазвичай, додатковим для окремих соціально-статевих, виробничо-професійних, групових та вікових колективів, а не для всього народу (як літературна мова) чи всього населення регіону (як територіальні діалекти). Мета соціальних діалектів полягає в тому, щоб слугувати засобом зв'язку для осіб, які «належать до певної соціальної або професійної групи, об'єднувати членів у одну корпорацію зі своїми інтересами – професійними, соціально-

статевими, віковими, культурно-естетичними та іншими» [21, с. 55]. При цьому мовні засоби, які використовує та чи інша соціальна група для спілкування, «набувають функцій соціальних символів – маркерів належності мовця до певного соціального середовища» [30, с. 10].

Соціальна діалектологія збагачує загальну лінгвістичну теорію новими об'єктами аналізу:

а) унікальними лексико-семантичними системами (кожен тип соціального діалекту має свою);

б) оригінальними системами словотворення, що охоплюють власні методи та моделі утворення слів, наприклад, арготичні, жаргонні тощо;

в) типами та різновидами диглосій – використанням мови (територіального діалекту) і тим чи тим соціальним діалектом;

г) специфічними умовами та темпами розвитку соціально-діалектних лексичних та словотвірних систем (оскільки вони відносно вільні від інших рівнів мови);

д) особливим характером запозичень та мовної інтерференції в соціальних діалектах [27, с. 54].

Залежно від основної функції соціального діалекту, характеру його лексико-поняттєвої системи, сфери та умов уживання, типів слів, методів словотворення та інших структурно-мовних та позамовних показників, дослідники виокремлюють такі типи соціальних діалектів:

1. Професійні діалекти (підмови, лексичні системи), що об'єднують людей однієї професії або виду занять.

2. Групові або корпоративні жаргони – особливості мовлення учнів, студентів, спортсменів та інших, переважно, молодіжних груп.

3. Умовні або таємні мови (арго) ремісників-відходів та торговців, а також схожих соціально-професійних груп, що їм близькі [32, с. 31].

Іноді до категорії соціальних діалектів уналежнюють сленг, який часто називають «інтержаргоном» [36, с. 43]. Проте сленг – лексика широкого

вжитку для неформального спілкування, що займає проміжне положення між усіма відомими словами та виразами вузьких соціальних груп.

Соціально-професійна диференціація мови, яка розглядається в соціолінгвістичному контексті, суттєво відрізняється від соціально-класової, соціально-територіальної та соціально-ідеологічної диференціації мови та має такі відмінні ознаки. Соціально-професійна диференціація мови розвивається найбільш інтенсивно, оскільки носії професійного підмови можуть проживати в різних районах міст або населених пунктах; носії соціально-професійного варіанта мови зазвичай користуються ним у процесі спілкування один з одним та в спеціальній літературі; нові професійні підмови виникають у зв'язку з розвитком науки і техніки [48, с. 336].

Фахова мова є специфічним мовним конструктом, який відображає особливості певної наукової дисципліни чи галузі діяльності. З погляду поступового розвитку суспільства, наукових досягнень і технологічного прогресу, а також у зв'язку з процесами глобалізації, виникає необхідність у формуванні спеціалізованої лексики та створенні нових термінологічних одиниць, які можуть слугувати основою для розширення фахової мови. Крім терміну «фахова мова», в лінгвістиці також використовуються терміни «спеціальна мова», «підмова», «субмова» тощо. У лінгвістичній традиції англійських країн для позначення лексики, специфічної для певних галузей, часто вживається термін «*language for special purposes*» (мова для спеціальних цілей) або «спеціальна мова». Утім, на цьому етапі в україністиці послуговуються терміном «фахове мовлення» (О. Данилевська, Л. Масенко, Л. Мацько, С. Соколова та ін.).

У розумінні лінгвістичної сутності професійних підмов серед мовознавців відсутня одностайність. Є. Редько описує професійну підмову як «стиль наукового викладу представника певного фаху», що є складником наукового стилю в межах літературної мови [34, с. 16]. Т. Ілік зауважує, що професійна підмова не обмежується стилем наукового викладу, а також охоплює мовні засоби усної розмовної мови на професійні теми [22, с. 69].

Л. Ставицька виокремлювала у професійних лексичних системах «штучно створену наукову та технічну термінологію, зазвичай зафіксовану в спеціальних словниках» [44, с. 54], а також ідіоматичні та експресивні одиниці, які «переважно належать до лексичної сфери професійних жаргонів, ніж до професійної лексики в повному значенні цього слова» [там само].

За наданими визначеннями очевидно, що відмінності у потрактуванні професійного мовлення здебільшого зводяться до того, чи включати до нього одиниці усного мовлення носіїв чи ні. Багато авторів не виокремлюють професійне мовлення як особливе явище в мові і визначають професійну підмову як «сукупність мовних одиниць, представлених у масиві текстів, обмежених за ознакою належності до певної науки або галузі виробництва» [38, с. 211]. За такого підходу фахова підмова є лише певною частиною (підмножиною) всього масиву елементів загальнонаціональної мови. Фахове мовлення характеризується наявністю певних лексичних одиниць, відсутніх в інших фахових підмовах, та елементів повсякденно-розмовної мови.

1.1.2. Поняття соціолекту як вияву професійного мовлення

У світовому мовознавстві на позначення професійного мовлення набули широкого поширення терміни «соціолект», «жаргон» та «сленг». У багатьох мовах вони мають свої особливості та інтерпретуються неоднозначно, що свідчить про широке поле для вивчення соціолекту, жаргону, сленгу та, зокрема, їхньої термінології. Питання дослідження зазначених лінгвістичних феноменів залишається актуальним упродовж тривалого часу та є важливим завданням сучасного мовознавства. Дослідження соціальних діалектів є однією з найбільш актуальних проблем соціолінгвістики. На думку О. Бугери, «соціальна діалектологія як мовознавча наука має досить тривалу історію: виникнення соціальних діалектів, очевидно, сягає тих часів, коли починає відбуватися соціальна диференціація суспільства, яка згодом і спричиняє появу соціальних діалектів» [7, с. 30].

Соціолект визначають як «різновид мови, або лект, що відображає соціальне, а не географічне походження людини» [8, с. 21]. Зважаючи на це, «соціолект використовується соціальними спільнотами людей (класами, групами, субкультурами), які об'єднані такими факторами: вихованням, професією, освітою, статтю, віком» [1, с. 202]. Розподіл національної мови на соціолекти не суперечить існуванню традиційних (територіальних) діалектів, оскільки соціолекти існують у певних географічних межах та знаходяться в межах діалектів. Обидва різновиди національної мови тісно пов'язані між собою, відображаючи різні аспекти комунікативної діяльності мовців. Їх поєднує те, що соціолект є мовою приватного спілкування, тоді як літературна мова використовується в більш офіційних ситуаціях.

У роботах зарубіжних та українських лінгвістів (С. Дмитрієв [18], Л. Масенко [27], Г. Мацюк [29], Л. Ставицька [44] та ін.), висвітлено важливі теоретичні та практичні проблеми вивчення професійного мовлення. Зокрема, відображено результати описової та аналітичної діяльності, присвяченої вивченню термінології соціальних діалектів. На особливу увагу заслуговують праці українських і зарубіжних дослідників (О. Селіванова [38], Л. Ставицька [44], Р. Спірс [83], Е. Партрідж [77] та ін.). Лінгвісти встановили, що соціальний діалект характеризується специфічними особливостями у формуванні, доборі й використанні певної частини лексичних та фразеологічних засобів (у граматичній структурі такі особливості не спостерігаються). Обсяг словника таких груп зумовлено ступенем їхньої відособленості від решти носіїв мови і містить «певну кількість специфічних повнозначних слів – іменників, прикметників, дієслів, прислівників, рідше – числівників і займенників (останні зустрічаються тільки в таємних соціально-діалектних системах) чи загальноновживаних слів у специфічних значеннях (решта лексичних засобів – загальноновживані слова)» [32, с. 94]. Соціолекти є відгалуженням загальнонародної мови та зумовлені соціально-професійною диференціацією суспільства. Соціальні діалекти характеризуються специфікою у формуванні, доборі й використанні певної

частини лексико-фразеологічних (а іноді й фонетичних, морфологічних та синтаксичних) мовних засобів.

В історичному ракурсі соціолекти досліджено у праці О. Бугери, де витоки вивчення професійного мовлення зафіксовано у Франції: «у Франції найраніше і найбільш чітко був сформований лінгвістичний інтерес до соціальної природи мови, а зусиллями французької соціологічної школи (створена Антуаном Мейє та його учнями) соціальний аспект вивчення мови вперше був уведений у науку як суттєвий та необхідний [7, с. 31]. Активний розвиток соціолінгвістики в США в ХХ столітті зумовив і зацікавлення професійним мовленням. Американський лінгвіст Ф. Гадет на підставі теорії малих груп, теорії соціальної взаємодії й теорії ролей, довів, що «кожна роль використовує як мовну діакритику певний код чи субкод, що і є нормою рольової поведінки» [65, с. 32], а Х. Менхен зазначав, що розбіжності в мовленні з'являються не через розумову чи моральну неповноцінність, а через відмінності в культурному досвіді [73, с. 381].

Визначення терміна «соціолект» представлено у наукових розвідках соціолінгвістів та потрактовано його як: «варіант національної мови певного історичного періоду, типовий для окремої соціальної групи носіїв мови, об'єднаних певним типом зв'язку, сукупність мовних особливостей, притаманних цій соціальній групі» [9, с. 149]; «сукупність мовних особливостей, які є властивими для будь-якої соціальної групи – професійної, станової, вікової тощо – в межах тієї чи іншої підсистеми національної мови» [35, с. 32]; «слово або вислів, що об'єднують людей однієї професії або одного роду діяльності за їх мовними рисами» [49, с. 336]. С. Гірняк наводить основні підходи до визначення поняття соціолекту: «соціальний діалект (соціолект) – це:

1) різновид (варіант) мови, який використовує певна соціальна група або спільнота людей;

2) мовна форма, типова для певної групи носіїв мови, що не зв'язані регіональним походженням;

3) характерне для окремої групи індивідів мовного колективу надіндивідуальне використання мовної системи;

4) відображення мовної поведінки групи індивідів, об'єднаних комплексом соціальних ознак, що перебувають у тісному взаємозв'язку з територіальними діалектами з урахуванням чинників суспільно-історичного характеру;

5) прийнятий в мовному суспільстві субваріант мови, який завдяки діям окремих суспільних сил є характерним для певних етнічних, релігійних і економічних груп і груп індивідів з відповідним рівнем і типом освіти» [9, с. 147].

Дослідники наголошують, що «соціолекти не представляють цілісних систем комунікації. Це саме особливості мови – у вигляді слів, словосполучень, синтаксичних конструкцій, особливостей наголосу тощо; основа ж соціолектів – словникова і граматична – зазвичай мало чим відрізняється від характерної для даної національної мови» [18, с. 44]. Професійні діалекти виконують суспільно корисну функцію (лексика, що входить до їхнього складу, означає предмети і явища, для яких здебільшого немає відповідників у літературній мові). Професійні слова не набувають значного поширення в літературній мові, оскільки є специфічними і не позначають предметів першої необхідності. Разом з тим вона має потенційні можливості для термінологізації, тому іноді і фіксується у складі тієї чи іншої галузевої термінології.

Лінгвісти потрактовують професійний соціолект або професійний жаргон / сленг «у складі нелітературних одиниць як феномен міського мовного побуту. До складу нелітературних елементів, які в мовознавстві мають низку синонімічних термінів (маргінальні/неформальні одиниці, експресивне розмовне мовлення, лексика обмеженого вжитку, субстандартні елементи, некодифікована/знижена лексика тощо), належать види соціальних діалектів (сленг, професійний і корпоративний жаргони, кримінальне арг), просторіччя, суржик, піджин, креол, вульгаризми тощо» [8, с. 20].

Характеризуючи професійне мовлення, зазначають, що «одні слова й вирази вони вживають більш активно, іншим можуть надавати нових значень, іноді протилежних загальноприйнятим, а від використання окремих вони загалом утримуються. Такі відхилення, які зустрічаються на усіх мікролінгвістичних рівнях, у тому числі і в лексиці можуть об'єднуватися в соціальний діалект» [9, с. 147].

1.2. Термінологічна визначеність терміна «професійний жаргон»

Слово *жаргон* – французького походження. Погляди вчених з його етимологію розходяться. Багато хто вважає, що етимологія терміна остаточно не з'ясована і вважається незрозумілою [38, с. 211]. У французькій лінгвістиці XVII століття термін «жаргон» зазнав змін і перетворився на термін «арго». До вказаного періоду мову соціальних груп називали «*jobelin*», «*jargon jobelin*», «*jargon*» [47, с. 22].

У радянському мовознавстві використовувався термін «жаргон» на позначення явищ диференціації мови, що мали вузьку соціальну базу (військовий жаргон, жаргон моряків, студентський, молодіжний тощо), замість вживаного за кордоном терміна «сленг» [27, с. 67]. Українська культура наприкінці XVIII та протягом XIX століть відзначалася наявністю бурсацько-семінарського жаргону, що є унікальним та малодослідженим явищем в історії української субстандартної лексики загалом [48, с. 190].

Жаргони зазвичай виникають серед великих груп мовців, які мають спільні інтереси, подібні захоплення або тривалий час перебувають у певному середовищі. Проте концептуальна сутність жаргону розуміється по-різному авторами з Америки та Європи. Деякі з них розуміють під жаргоном професійну мову (В. Джурін, О. Есперсен, Е. Хемп), інші – таємну професійну мову (Л. І. Скворцов, У. О'Грейді), групову мову (Т. Бояджієв, М. Віденов, М. Лакова, В. Мурдаров), незрозумілу таємну мову (Ш. Баллі), грубу спрощену мову та інші варіанти.

Українські визначення терміна «жаргон» також зазнали зміни. В «Енциклопедії українознавства» (1993) термін «жаргон» потрактовують як застарілий, зіпсований діалект [19]. В енциклопедії «Українська мова» жаргон описано як вид соціальних діалектів, що використовують експресивно забарвлену лексику, синоніми загальноживаних слів, фразеологію та іноді особливості вимови [52, с. 76].

Існують різні визначення терміна «жаргон» у деяких англомовних словниках. Наприклад, у американських словниках виокремлюють три основних значення терміна: 1) неважливе, безглузде або незрозуміле висловлювання; 2) змішана мова чи діалект; 3) спеціалізована або технічна мова, що належить до певної торговельної, професійної, класової або товариської сфери [79, с. 321]. У подальших дослідженнях відзначено певне узгодження у визначенні жаргону, яке переважно передбачає його витлумачення як лексикону, використовуваного певною групою людей зі спільними інтересами.

Залишається предметом обговорення питання щодо відкритості або закритості жаргону, яке чимало дослідників асоціюють з його експресивністю та емоційністю. Для визначення динаміки жаргону в напрямку широкого використання та максимальної інтеграції його в загальну мовну практику, цілком прийнятним є термін «жаргонізована розмовна мова», що вказує на використання окремих сленгових виразів на тлі нейтральної або побутової лексики [47, с. 47].

На зламі ХХ століття в лінгвістиці з'явився новий термін – інтержаргон. Він виник на перетині різних жаргонів і належить до соціолекту як загальний жаргон, що в масовому сприйнятті значно послабив зв'язки з первинними сферами вживання, але не втратив свого стилістично зниженого маркування. Інтержаргон є поширеним у засобах масової комунікації (у пресі, на радіо, телебаченні, в Інтернеті) або в художній літературі, претендуючи на статус загальнолітературної лексики [51, с. 31].

Л. Ставицька [44] та Л. Масенко [27] прихильні до думки, що термін «професійні жаргонізми» варто використовувати для уявного, експресивного вживання лаконічних слів і висловів, які мають нейтральні відповідники та поширені переважно в усному мовленні людей певної професії чи роду занять, об'єднаних спільними інтересами, звичками та соціальним статусом.

Розглядаючи жаргон у широкому розумінні, Л. Ставицька у складі професійних жаргонізмів виокремлює кілька підвидів:

1) ті, яким судилося стати «на слуху», влитися в ширші страти, і вони є належністю відносно відкритих соціально-професійних груп, як-от: спортсмени, водії, перукарі, музиканти, журналісти, комп'ютерники, бізнесмени тощо;

2) професійні жаргонізми відносно закритих соціально-професійних груп, до яких можна зарахувати тих, хто торгує на базарі, професійні спільноти банкірів, бухгалтерів, науковців, виробничо-технічні колективи, футбольних фанів та інші;

3) професійне просторіччя – ті номінації певної професійної комунікації, що позначають явища або поняття непрофесійної діяльності: екзистенційна чи емоційно-психологічна сфера особистості, життєві побутові ситуації, міжособистісні стосунки тощо. Такі номінації межують із загальним експресивним просторіччям, на лексичному рівні вони зберігають зв'язок із вихідною професійною сферою, але референція їх значно віддаляється від останньої [44, с. 58].

1.3. Поняття «сленг» у професійній комунікації

Сленг – це термін англійської мови, що має особливе місце серед соціальних діалектів в англійському мовленні. Незважаючи на час, існує значна термінологічна неоднозначність щодо поняття сленгу та його етимології. Френсіс Гроуз у 1785 році вказує на походження слова «*slang*», подібно до «*cant*», від таємної мови мандрівних жебраків-циган [цит. за: 36, с. 47]. Найбільш вірогідною вважається гіпотеза Еріка Партріджа (1960):

«слово 'slang', швидше за все, пов'язане з дієсловом 'to sling' – 'висловлювати', що підтверджує наявність такого поєднання, як 'sling words', засвідчене ще в епоху Чосера, а також пізніх сленгових поєднань з тим самим дієсловом» [76, с. 31].

В аспекті етимології терміна «сленг», було запропоновано різні версії, причетні до авторів таких як Д. Бі, Я. Губачек, М. Мюллер, Д. Покорни, У. Скит та інші. Проте, незважаючи на наявність різних точок зору, етимологія терміна «сленг» залишається поки що не розв'язаним питанням.

Слово «сленг» вживали в Англії ще у XIV столітті, але тоді це мовне явище було відоме під іншими назвами [36, с. 82–83]. Саме слово «сленг» спочатку застосовувалося для позначення жаргону британських злочинців [там само, с. 84]. У 1802 році термін «сленг» почав застосовуватися і для позначення професійних жаргонів, а вже в 1818 році – для розмовної мови, що виходить за межі літературної мови, яка охоплює неологізми та терміни, що мають спеціальне значення [44, с. 45]. Це мовленнєве явище зафіксоване вже з другої половини XIX століття [83, с. 45–46].

Перше згадування терміну «сленг» у науковій літературі можна простежити за Великим Оксфордським словником, який стверджує, що термін «сленг» із значенням «мова низького або вульгарного типу» був уперше зафіксований у 1756 році [66, с. 29]. Поняття «сленг» широко використовується в різних мовах. Наприклад, Х. Менкен наводить приклади використання цього терміна у німецькій, французькій та шведській мовах. У слов'янських мовах термін «сленг» потрапив з англійської [73, с. 34].

У процесі свого існування термін «сленг» у англійській мові пройшов значні етапи еволюції й змін. Дж. К. Хоттен розглядав сленг як вульгарну, низькопробну, постійно змінну усну мову, що вживається представниками різних соціальних класів, не має чіткого автора; це була таємна мова циган, використовувана для обману, викривлення правди та грубого образного вираження; також визначалась як мова вуличного гумору [69, с. 44]. На початку XX ст. Е. Партрідж відзначив складнощі у точному визначенні

поняття сленгу через відсутність загальноприйнятої дефініції цього мовного явища. Протягом цього періоду Е. Партрідж та його наступники розуміли сленг як фрагментарні, несистематичні, безладні набори лексичних одиниць, що використовувалися членами певного середовища з метою створення враження новизни, невимушеності, відмінності від вже усталених норм [77, с. 9–10].

Аналіз висловлювань зарубіжних вчених свідчить про різноманітність тлумачень поняття «сленг» як окремого неформального виду мови з особливими лексичними особливостями, представлених у різних концепціях: як стиль мовлення (Н. W. Fowler), як унікальний вид «кочівної» мови (J. B. Greenough), як форма усної мови (G. H. McKnight), як відмінність від звичайної та усної мови (S. Potter), як мова, що має гумористичні особливості (C. Fries), як мова жестів (J. Nosek), як феномен, що ігнорує загальноприйняті стандарти (L. Soudek) тощо [36, с. 35–37].

У кінці XX століття і на початку XXI століття виникає низка різноманітних поглядів щодо тлумачення та визначення терміну «сленг», які часто розходяться між собою. Основна дискусія в цьому контексті стосується обсягу поняття сленгу: чи включати до нього тільки виразні та іронічні слова, що фактично є синонімами літературних виразів, або розглядати всю нестандартну лексику, що використовується в обмеженому колі освічених людей та інших верств суспільства.

Більшість сучасних авторів англomовних словників [57], [61], [64], [68], [71], [72] визначають ключові характеристики сленгу, які відрізняють його від інших мовних явищ: сленг не входить до «стандартної лексики», не є професійним жаргоном, та має виражений стилістичний рівень як «нестандартний» та «незвичайний» у порівнянні з іншими лексичними групами. У той же час існують інші точки зору. Р. А. Спірс, визнаючи зазначені характеристики сленгу, одночасно підкреслює, що сленг – це «вирази, які використовуються переважно всередині обмежених соціальних

груп та відображають мову менш привілейованих верств суспільства» [84, с. 6].

Серед відомих українських дослідників, одним з перших, хто приступив до аналізу поняття сленгу, був І. Матвіяс, що визначив його як «групові говірки, що виникають у людей (переважно молодих), які з якихось причин змушені перебувати у тривалому контакті та до певної міри бути віддаленими від решти суспільства» [28, с. 25].

За сучасних досліджень в українській лінгвістиці важливе визначення сленгу належить Л. Ставицькій: «Сленг – це практично відкрита мовна підсистема ненормативних, стилістично знижених лексико-фразеологічних одиниць, які виконують експресивну, оцінювальну (зазвичай негативну) та евфемістичну функції» [44, с. 42]. Це визначення Л. Ставицької не уточнює (у порівнянні з І. Матвіясом, соціальну чи професійну приналежність сленгу.

Серед термінології, що характеризує сленг, важливе місце займають два поняття: загальний сленг (*general slang*) та спеціальний сленг (*special slang*). Е. Партрідж розрізняє стандартний сленг (*The Standard or Norm of Slang*) та сленг конкретних соціальних груп (*Kinds of Slang Other than Standard*), що відповідає відповідно загальному та спеціальному сленгу [76, с. 38].

Однак викладені вище погляди дозволяють узагальнити найбільш суттєві властивості сленгу:

- Сленг – це не літературна лексика, тобто слова та поєднання, що перебувають за межами літературної мови – з точки зору вимог сучасної літературної норми.
- Сленг – це лексика, яка виникає та використовується переважно в усному мовленні.
- Сленг – це емоційно забарвлена лексика.
- Сленг характеризується більш чи менш яскравим забарвленням більшості слів та словосполучень. Ця властивість обмежує стилістичні межі його використання.

Емоційне забарвлення багатьох слів і висловлювань у сленгу відрізняється значним різноманіттям відтінків (жартівливе, іронічне, зневажливе, презирливе, грубе й навіть вульгарне). Залежно від сфери використання сленг можна розділити на загальновідомий і загальнопоширений, а також маловідомий і обмежено вживаний.

Багато слів і виразів у сленгу незрозумілі або малозрозумілі для основної маси населення (особливо в період їх виникнення та переходу до широкого вживання), оскільки вони передусім пов'язані з особливим способом вираження – наприклад, за численних випадків переносу значення (фігуративне вживання), що є характерним для сленгу. Незрозумілість також може бути результатом того, що ці сленгізми представляють собою запозичення з діалектів та жаргонів іноземних мов.

Сленг охоплює різні слова і словосполучення, за допомогою яких люди можуть ідентифікувати себе з певними соціальними та професійними групами, це яскравий, експресивний шар нелітературної лексики, стиль мовлення, який займає місце, прямо протилежне надзвичайно формалізованому мовленню.

Сленг характеризується певним соціальним обмеженням, але не конкретною груповою, а інтегрованою: він не має чіткої соціально-професійної спрямованості, ним можуть користуватися представники різного соціального та освітнього статусу, різних професій тощо. Отже, можна відзначити таку рису сленгу, як загальновідомість і широке вживання.

Ще одна відмінна риса сленгу – його вторинне утворення у порівнянні з жаргоном, оскільки він бере свій матеріал переважно з соціально-групових та соціально-професійних жаргонів. Однак, крім жаргонізмів, сленг включає окремі простори мовні одиниці, вульгарні слова. При подібному запозиченні відбувається метафоричне переосмислення та розширення значення запозичених одиниць. Сленгові слова властива підвищена експресія, мовна гра, модна неологія.

РОЗДІЛ 2

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО АНГЛОМОВНОГО СПІЛКУВАННЯ У СФЕРІ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

2.1. Комунікативні ролі у професійному спілкуванні транспортної логістики

2.1.1. Професійний сленг англomовних водіїв

Професійне мовлення перевізників і водіїв охоплює специфічні терміни, фрази та жаргон, які вони використовують у щоденній комунікації під час роботи. З погляду лінгвіста, професійний сленг – «з одного боку – це стиль мови, що посідає місце, антитетичне занадто формальній, офіційній мові; а з іншого – це особливий периферійний шар нелітературної лексики та фразеології, який лежить за межею літературної „стандартної” розмовної мови, закордонних діалектів загальнонародної англійської мови» [24, с. 28]. Це особливий спосіб спілкування, що виникає внаслідок унікальних ситуацій, технічних аспектів професії та особливостей оточення, в якому працюють водії та перевізники.

Фахова мова транспорту як спеціальний мовний феномен, притаманний транспортній сфері, розрізняється від загальноновживаної перш за все за рахунок власної системи термінології. Фахова мова ґрунтується на загальноновживаній мові та знаходиться в стані постійного взаємодії з нею. Її характерною особливістю є наявність спеціалізованої лексики та іноземних слів (фахового словника), які рідко вживаються поза межами цієї сфери чи використовуються з іншими чи специфічними значеннями. Крім того, на граматичному, синтаксичному та прагматичному рівнях можуть існувати певні розбіжності між фаховою та загальноновживаною мовою.

Ось деякі основні риси професійного мовлення цих категорій працівників:

1. **Технічні терміни.** Водії і перевізники використовують специфічні терміни, пов'язані з автомобільною технікою, дорогами, вантажами та

різними аспектами перевезення. Це може терміни про технічний стан автомобіля, системи безпеки, маршрутизацію тощо.

2. Сленг та жаргон. У цій професії часто вживають жаргонні вислови, аббревіатури та фрази, які можуть бути незрозумілими для осіб поза цією специфічною галуззю.

3. Радіозв'язок: Водії і перевізники часто використовують радіо або мобільні пристрої для спілкування під час руху. Їхня мова може бути скороченою, стислою та орієнтованою на передачу важливої інформації укороченими висловами.

4. Команди та інструкції. Під час роботи використовуються конкретні команди та інструкції для маневрування автомобілем, завантаження вантажів та інших аспектів професійної діяльності.

5. Комунікація з колегами і клієнтами. Мовлення водіїв і перевізників також охоплює способи спілкування з колегами, диспетчерами, а також клієнтами або споживачами послуг [37, с. 95].

Фахова лексика в галузі транспорту характеризується великою кількістю термінологічних одиниць, що пояснюється постійним рухом та розвитком цієї сфери. В контексті розширення міжнародних зв'язків, зокрема транспортних, виникають нові лексичні конструкції для позначення сучасних видів транспорту, засобів та систем перевезення, регулювання процесів вантажного обігу й інших аспектів цієї діяльності.

Професійне мовлення водіїв та перевізників відображає їхню специфічну роботу, технічні аспекти професії та необхідність ефективної комунікації у контексті автомобільного транспорту та вантажних перевезень. Сленг, що використовують американські водії та перевізники, часто містить унікальні терміни, аббревіатури та вирази, які вони вживають у щоденній комунікації під час роботи. Деякі з цих термінів стосуються автомобільного транспорту, вантажів, маршрутів або процесів, які є унікальними для цієї професії. Ось кілька прикладів:

- *10-4*: підтвердження зрозуміння або погодження з отриманою інформацією. Часто вживається як підтвердження радіозв'язку.
- *Smokey* або *Bear*: це водійський сленг, який використовується для позначення поліцейського або дорожньої патрульної машини.
- *Backdoor* або *City Kitty*: це терміни, які означають маленькі бічні дороги або міські вулиці.
- *Hammer lane*: правий (швидший) ряд на автомагістралі. Водії використовують цей термін для позначення руху по швидшій смузі.
- *Lot Lizard*: термін, що використовується для позначення людей, які працюють на стоянці для вантажівок і шукають клієнтів.

Це лише декілька прикладів з широкого спектру термінів та сленгових виразів, які використовують водії та перевізники в США. Сленг може змінюватися залежно від регіону, компанії та інших факторів.

Загалом лінгвісти відзначають, що фахова мова транспорту характеризується численними термінологічними одиницями. Це зумовлено тим, що ця галузь знаходиться у постійному русі та розвитку. У час «розширення зв'язків між країнами, в тому числі і транспортних, виникають нові лексичні сполуки на позначення сучасних видів транспорту, засобів та систем транспортування, врегулювання процесів оформлення вантажу, тощо. З погляду перекладознавства новоутвори та запозичення з інших мов транспортної термінології складають проблемне поле» [43, с. 294]. Зважаючи на це, аналіз фахової мови транспорту загалом і транспортних перевезень зокрема повинен здійснюватися з урахуванням цієї динаміки.

2.1.2. Професійне мовлення диспетчерів

Диспетчери в транспортній логістиці відіграють ключову роль у координації та ефективному управлінні рухом та перевезеннями. Їхня основна функція полягає в плануванні, контролі та організації руху транспортних засобів, вантажів та маршрутів з метою забезпечення оптимальної та безперебійної транспортної діяльності. Диспетчери

забезпечують взаємодію між різними сторонами логістичного процесу: вони встановлюють контакт з водіями, вантажниками, складами, клієнтами тощо, для забезпечення своєчасності доставки, оптимізації маршрутів, розподілу вантажів та вирішення поточних проблем, що можуть виникнути під час перевезення.

Диспетчерська служба також виконує контроль за дотриманням термінів доставки, вирішує питання, пов'язані з виникненням непередбачених обставин під час транспортування, таких як трафік, погодні умови, технічні несправності тощо. Усе це допомагає забезпечити ефективну та надійну роботу логістичних систем та виконання транспортних завдань у встановлені терміни. У транспортних диспетчерів існує власна специфіка професійного мовлення, яка відрізняється від мовлення інших професійних груп. Оскільки їхня основна робота пов'язана з організацією транспортних потоків, координацією руху автотранспорту та забезпеченням ефективного функціонування системи перевезень, їхнє мовлення спеціалізується на певних аспектах комунікації. Ось деякі характеристики їхнього професійного мовлення:

1. **Технічні терміни.** Вони використовують специфічні терміни та скорочення, пов'язані з автомобільним транспортом, дорожньою ситуацією, маршрутизацією та роботою систем диспетчерського управління.

2. **Чіткі інструкції.** Диспетчери надають чіткі, конкретні та точні інструкції водіям щодо маршруту, зупинок, графіку руху, дорожніх умов, технічних аспектів автомобілів тощо.

3. **Радіозв'язок.** Вони часто використовують радіо або комп'ютерні системи для спілкування з водіями та іншими диспетчерськими службами. Їхні комунікації можуть бути скороченими, стислими та орієнтованими на швидку передачу важливої інформації.

4. **Управління викликами і ситуаціями на дорозі.** Вони мають навички ефективного управління екстреними ситуаціями, керуванням викликами щодо аварій, важливих інцидентів, транспортних пригод тощо.

5. Координація транспортних потоків. Їхня комунікація спрямована на координацію руху автомобілів, запобігання заторів, розподіл ресурсів та ефективне управління транспортними потоками.

Узагальнюючи, можна сказати, що професійне мовлення транспортних диспетчерів спеціалізується на точних, конкретних інструкціях, використанні технічних термінів і засобах комунікації, спрямованих на координацію транспортних потоків та забезпечення ефективної роботи транспортної системи. Англомовні транспортні диспетчери використовують різноманітні терміни та вирази під час комунікації з водіями та іншими учасниками транспортної системи. Ось деякі з найпоширеніших термінів, які вони можуть використовувати:

- *Roger that*: підтвердження зрозуміння та виконання отриманого повідомлення;
- *Breaker*: звертання до іншого водія або диспетчера, що сигналізує бажання розпочати комунікацію;
- *Copy that*: підтвердження отримання повідомлення або інструкції;
- *ETA*: очікуваний час прибуття;
- *10-20*: запит місця знаходження або адреси;
- *Over*: завершення власного повідомлення, готовність прийняти відповідь;
- *10-7*: повідомлення про те, що водій поки недоступний або відсутній;
- *Affirmative* або *Negative*: підтвердження (*так*) або заперечення (*ні*);
- *Check in*: звіт про статус або присутність;
- *Dispatch*: відправка водія до певного місця або завдання;
- *Off the air*: тимчасова припинення комунікації на радіо або комп'ютерній системі.

Ці терміни та фрази допомагають забезпечити ефективну та чітку комунікацію між транспортними диспетчерами та водіями у сфері автомобільних перевезень.

Т. Лебєдєва та А. Рябова зазначають: «Особливий інтерес нами приділяється сфері професійної „автомобільної” лексики, сленгу, яким користуються автомобілісти, тому що ця лексика, незважаючи на те, що з’явилася відносно недавно, набуває великої соціальної значущості завдяки такого екстралінгвального чинника як швидкий розвиток автомобілебудування (і як наслідок цього – неможливість уявити життя сучасного суспільства без транспортних засобів) [24, с. 28].

Дослідниця наводять перелік поширених англійських сленгізмів, що використовуються у професійному мовленні водіїв та усіх, хто пов’язаний із транспортними перевезеннями за лексико-семантичними групами, зокрема:

1) «найменування транспортних засобів: *big truck – an 18-wheel-truck, bob tail – a truck without a trailer, piggy back – a truck used for transporting passenger cars, reefer – refrigerator, cop car – police car;*

2) назви автомобілів: *Beemer – BMW, Benz – Mercedes Benz, Bulldog – a Mack truck, Caddy – Cadillac, Chevy – Chevrolet, Olds – Oldsmobile, Rolls – Rolls Royce, VW – V-dub – Bug – Beetle – Volkswagen;*

3) характеристики якості транспортних засобів: *bomb – an old very cheap car, bug – a small car, clunker – an old car, cream puff – a used car in a very good state, rattle trap – an old car that rattles while driving;*

4) деталі автомобілів: *banger – an engine cylinder, binders – brakes, jackpot – colour signals on a police car;*

5) паливо: *juice, motion-totion – fuel» [24, с. 29].*

Отже, фахова мова диспетчерів транспортної логістики – це передусім спеціалізована лексика, термінологія та спосіб комунікації, що використовуються представниками цієї професійної групи для ефективного спілкування та обміну інформацією у процесі керування транспортними операціями та логістичними рішеннями. Ця спеціалізована мова охоплює терміни, скорочення, фразеологізми та специфічні вирази, які використовуються в роботі диспетчерів для точного й швидкого передавання інформації, що стосується планування маршрутів, контролю за

транспортними засобами, управління доставками, вирішення технічних аспектів та усунення можливих проблем у транспортному процесі. Зважаючи на це, можемо зробити висновок щодо специфічності професійного сленгу англомовних водіїв і диспетчерів.

2.2. Мовний «портрет» водіїв-інформантів

Поняття мовного портрета в лінгвістиці вивчають і розробляють у межах різних лінгвістичних дисциплін та напрямів, як-от соціолінгвістика, антрополінгвістика, прикладна лінгвістика, дескриптивна лінгвістика тощо. У соціолінгвістиці мовний портрет можна досліджувати через аналіз мовної поведінки груп чи спільнот на різних рівнях: вживання мови, акценту, лексики, граматики та інших аспектів мовленнєвої практики. Соціолінгвісти досліджують, як мова відображає соціальний статус, етнічну приналежність, гендерні та інші аспекти ідентичності (О. Данилевська, Л. Масенко, Г. Мацюк, С. Соколова, Л. Ставицька та ін.). У прикладній лінгвістиці мовний портрет досліджують з точки зору мовленнєвої поведінки в конкретних ситуаціях чи професійних групах, де аналізу підлягають специфічні мовленнєві засоби, що використовуються в цих ситуаціях (А. Загнітко, Т. Ковалевська, Н. Кутуза, М. Шведова та ін.). Також мовний портрет може бути предметом дослідження в антрополінгвістиці, де вивчають взаємозв'язки мови та культури, а також як саме мовлення відображає культурні особливості (М. Жуйкова, О. Левченко, О. Селіванова, І. Шевченко та ін.).

Фахове мовлення та мовний портрет мають важливі зв'язки між собою. Мовний портрет містить характеристику мовленнєвих особливостей певної соціальної групи, спільноти чи професійної групи. Оскільки фахове мовлення є одним з аспектів мовленнєвої поведінки людей, воно є компонента мовного портрета в контексті певної професійної групи або галузі знань. Фахове мовлення, характерне для певної професійної групи чи галузі, співвідноситься з мовним портретом цієї групи, оскільки воно відображає

мовні особливості та характеристики цієї специфічної соціальної чи професійної спільноти.

Мовний портрет – це «відображення мовної компетенції людини, тобто сукупності знань, навичок та вмінь в галузі мови» [38, с. 321]. Це опис того, як саме особа володіє мовою, її лексикою, граматиною, фонетикою, мовними структурами та правилами. Мовний портрет може містити інформацію про рівень володіння мовою (початковий, середній, високий), діалектичні особливості, рівень освіти тощо. Натомість комунікативний портрет – це опис здатності особи до ефективного спілкування та використання мови у практичних ситуаціях. Це не лише знання мови, але й вміння використовувати її для досягнення конкретних цілей у спілкуванні. Комунікативний портрет відображає здатність людини до ефективної взаємодії з іншими, здатність до адаптації мови до різних ситуацій спілкування, вміння слухати, реагувати та сприймати інформацію. Зважаючи на це, мовний портрет стосується знань та вмінь у мовній сфері, тоді як комунікативний портрет описує здатність використовувати ці знання та вміння у практичному спілкуванні.

Комунікативний портрет – це концепція, яка «описує та узагальнює спосіб комунікації особистості, охарактеризованої її специфічними здібностями, властивостями та поведінкою у взаємодії з іншими людьми» [38, с. 202]. Фактично це відображення структури та характеристик мовленнєвого та комунікативного стилю конкретної особистості або групи людей. Поняття мовного портрету може застосовуватися до водіїв в контексті їхньої мовної компетенції та специфічного використання мовних засобів у контексті професійної діяльності.

Мовний портрет водія, який бере участь у транспортних перевезеннях, охоплює фахове мовлення, комунікативні навички та професійний сленг [43, с. 294]. Використання фахового мовлення передбачає розуміння та використання термінології, що стосується транспортних засобів, дорожньо-транспортних приладів, технічних характеристик вантажівок, систем

безпеки, ремонту та обслуговування. Комунікативні навички вказують на здатність ефективно спілкуватися з колегами, диспетчерами, клієнтами та іншими учасниками дорожнього руху. Це передбачає здатність чітко передавати інструкції, розуміти та відповідно реагувати на комунікаційні сигнали під час маневрів на дорозі, а також взаємодію з персоналом на вантажних терміналах чи складах. Наявність у фаховому мовленні сленгізмів зумовлено тим, що водії вантажівок можуть мати свої специфічні вирази, скорочення та фразеологізми, які вони використовують у власній спілкуванні між собою та іншими учасниками галузі. Отже, мовний портрет водія вантажівки описує його мовну компетенцію та спосіб використання мови в контексті його професійної діяльності, що включає різноманітні аспекти мовленнєвої поведінки та спілкування.

Ми проаналізували мовлення п'яти водіїв, відомості про яких представлено в таблиці (див. Табл. 1). Усі водії чоловічої статі віком старше 35 років, проте мають різні мовні навички та компетентності, хоч вільно володіють розмовною англійською мовою.

Таблиця 1

Відомості про інформантів

| №п | Інформанти | Рідна мова | Вік | Використання сленгу |
|----|------------|------------|-----|---------------------|
| 1. | Водій 1 | англійська | 49 | ні |
| 2. | Водій 2 | англійська | 37 | ні |
| 3. | Водій 3 | англійська | 55 | так |
| 4. | Водій 4 | іспанська | 38 | ні |
| 5. | Водій 5 | англійська | 65 | так |

Серед водіїв майже всі використовують розмовно-побутову лексику і володіють англійською мовою на високому рівні. Перешкод і проблем у взаємодії з диспетчером не викликало під час вирішення робочих питань.

Схарактеризуємо поняття комунікативного портрету та узагальнимо його риси щодо інформантів.

Комунікативний портрет охоплює такі аспекти:

1. **Мовленнєва поведінка.** Сюди уналежнюють стиль висловлювання, лексику, синтаксис, тон голосу, міміку та жести, що можуть утворювати комунікативний портрет. Це може бути формалізований, діловий стиль або неформальний, дружній спосіб спілкування. Для аналізу мовлення англомовних водіїв важливими параметрами є стиль, лексичне наповнення і тон голосу, а також індивідуальні особливості мовлення, зокрема вимова звуків, темп, чіткість, гучність тощо. Через те, що комунікація здійснюється або через аудіальний канал, або через повідомлення в месенджерах, під час аналізу враховуємо насамперед акустичні та графічні невербальні засоби спілкування.

2. **Здібності до спілкування.** Сюди належить рівень вміння висловлювати думки, вміння слухати і розуміти інших, вміння знаходити спільну мову. У професійній комунікації це вміння дуже важливе, оскільки часто виникають позанормовані ситуації, конфлікти, непередбачені проблеми. За таких умов потрібна витримка усіх учасників комунікативної взаємодії, що виражається у чіткості і зрозумілості вираження думок, уникання конфліктних ситуацій, пошуку компромісів.

3. **Культурний контекст.** Уналежнюємо до цієї групи дотримання прийнятих норм спілкування, традицій, навичок взаємодії в певній культурі чи середовищі. Так, вживання сленгізмів характеризує мовця саме в аспекті дотримання мовних норм. У мовленні водіїв-інформантів подекуди трапляється нелітературна лексика, проте переважно вони дотримуються прийнятих у суспільстві норм і правил комунікативної поведінки. Крім того, врахування культурного контексту пов'язано з тим, що США є багатонаціональною і культурно розмаїтою країною, а водії не лише походять з різних регіонів, а й проживають в різних регіонах та постійно їздять по різних штатах.

4. *Специфіка комунікативних ситуацій.* До цієї групи уналежнюємо реагування особистості на різні комунікативні ситуації: спілкування на роботі, в особистому житті, у конфліктних або важливих ситуаціях. Проаналізований матеріал містить типові ситуації спілкування: пошук замовлень, їх обговорення водієм і диспетчером, висловлення згоди або незгоди на запропоновану роботу, вирішення актуальних проблем. Часом трапляються неформальні розмови, не пов'язані з робочими питаннями, наприклад, обговорення подій у житті водіїв, запитання щодо родинних або особистісних проблем.

5. *Індивідуальні особливості.* Тут розглядаємо особливості особистості, що впливають на спосіб спілкування: характер, нахил до інтроверсії чи екстраверсії, особисті вподобання та інші чинники. За цим параметром враховуємо рідну мову інформантів (наприклад, один з водіївільно розмовляє англійською, але вона для нього не є рідною). Також часто темп мовлення залежить від характеру людини, а також багатослівність або, навпаки, лаконічність. Деякі водії прагнуть додаткової мотивації і люблять поговорити не лише на професійні теми, а деякі натомість дотримуються виключно меж професійної комунікації.

Отже, комунікативний портрет – це комплексний опис аспектів мовленнєвої поведінки та способу взаємодії особистості зі своєю оточуючою соціальною та культурною сферами.

2.3. Характеристика інтеракцій диспетчера з водіями

Комунікативний портрет англословного водія вантажівки може бути різноманітним через різні культурні, соціальні та індивідуальні контексти. Опис охоплює такі аспекти.

Специфічний сленг і термінологія. Водії вантажівок мають власний специфічний словник термінів і фраз, які вони використовують для спілкування між собою та з іншими водіями та диспетчерами. Це може

включати технічні терміни, аббревіатури та фрази, розуміння яких є ключовим для ефективної комунікації.

Професійний протокол і вимоги безпеки. У комунікативному портреті водія вантажівки може бути враховано високий рівень професійної відповідальності, особливо у зв'язку з безпекою на дорозі. Вони можуть дотримуватися певних протоколів у комунікації з іншими водіями, пасажирами та диспетчерами.

Стиль спілкування. Англomовні водії вантажівок можуть мати свій власний стиль спілкування, який відображає їхні професійні навички та досвід на дорозі. Вони можуть бути прямолінійними у вираженні думок, короткими та чіткими у своїх вимогах та комунікативних діях.

Стресостійкість та способи управління стресом. Водії вантажівок можуть бути навчені ефективно керувати стресом у складних ситуаціях на дорозі. Вони можуть мати специфічні способи вираження та керування емоціями під час комунікації, особливо у ситуаціях, пов'язаних із транспортними заторами, погодними умовами тощо.

Основна комунікативна взаємодія відбувається між водіями вантажного транспорту і диспетчерами. Водії можуть використовувати мобільні телефони для прямого зв'язку з диспетчерами, що також дозволяє швидко обмінюватися інформацією та отримувати необхідні інструкції. Насамперед ідеться про інтернет-зв'язок за допомогою різних месенджерів, що дають змогу аудіоспілкування. У деяких випадках системи GPS та телематика використовуються для відстеження та передачі інформації про місцезнаходження вантажівок та їхній стан, що може бути доступно диспетчерам через спеціальні платформи або програми. Також використовуються спеціалізовані мобільні додатки або портативні пристрої, які дозволяють водіям та диспетчерам взаємодіяти через спеціальні платформи для управління логістикою та перевезеннями. Ці методи спілкування дозволяють водіям вантажних транспортних засобів та

диспетчерам ефективно координувати рух, планувати маршрути та забезпечувати безперебійну доставку вантажу.

Комунікативний портрет англомовного водія вантажівки може бути складним та різноманітним, залежно від конкретного водія, його досвіду, культурного контексту та специфіки його роботи.

Наведемо реальні розмови диспетчера з водіями. Ми записували окремі розмови та зберігали тексти повідомлень, що мали місце між диспетчером і водіями в 2023 році. Текст наведений англійською мовою та автором магістерської роботи зроблений переклад українською мовою.

Діалог 1

| Англійський текст | Переклад |
|--|--|
| <p>- <i>Yes, sir, have a missed called from you.</i></p> | <p>- <i>Так, сер, маю пропущений від Вас.</i></p> |
| <p>- <i>I am here at the place, man, when they gonna..? I mean, I backed here and everything, anybody loads nothing.</i></p> | <p>- <i>Я тут, на місці, чоловіче, коли вони..? Тобто, я вже став у док і все таке, але ніхто нічого не грузить</i></p> |
| <p>- <i>But are you in a dock?</i></p> | <p>- <i>Але Ви вже встали в док?</i></p> |
| <p>- <i>I am at the dock! The guy told me just go and wait until the load will start.</i></p> | <p>- <i>Я в доку! Хлопець сказав мені, просто ставай і чекай поки загрузка почнеться.</i></p> |
| <p>- <i>Let me ask the broker.</i></p> | <p>- <i>Давайте спитаю в брокера.</i></p> |
| <p>- <i>He tells my load won't be., load gonna be about 4 o'clock, man, it's already 2 o'clock and ain't nobody did nothing, I can't even get in the building.</i></p> | <p>- <i>Він каже, мій вантаж, він не буде., вантаж буде готовий о четвертій, чоловіче, вже друга година і ніхто нічого не зробив, я навіть не можу потрапити до будівлі.</i></p> |

Діалог є стенограмою аудіозапису розмови з водієм, ініційованою диспетчером. Диспетчер побачив, що водій телефонував, тому вирішив зв'язатися з водієм, щоб з'ясувати причину дзвінка. Виявилося, що комунікативним наміром водія у цій розмові стало висловлення обурення та незадоволення тим фактом, що після виконання завдання з перевезення вантажу водій не має змоги його вивантажити. Відповідні за розвантаження не працюють і нічого не роблять. Розмова має побутово-розмовну стилістику, проте демонструє вживання соціолекту транспортних перевізників. Так, напр., слова *вантаж*, *вантажити*, *док* свідчать про використання професійної термінології.

У цьому текстовому фрагменті наявні сленгізми, оскільки водій використовує у фразі *I mean, I backed here and everything, anybody loads nothing* вираз *backed here*, що означає «стати в док» і походить від «їхати назад», «здавати назад». Цей вираз вживають, коли йдеться про маневр вантажівки, наслідком якого є заїзд до місця розвантаження. У тлумачному словнику це дієслово є багатозначним, проте найбільше корелює за змістом з такою дефініцією: «to (cause to) move backwards» [59] – «рухатися назад», але воно не є тотожним тому значенню, що використовується в наведеному тексті.

Наступний діалог ілюструє письмову комунікацію, це обмін повідомленнями у месенджері між водієм і диспетчером. Розмову ініціює водій, який питає, як справи у диспетчера, тобто налаштований на розмовно-побутове спілкування з найменшим офіціозом.

Діалог 2

| Англійський текст | Переклад |
|--|---------------------------------|
| - Hey, this is "driver 1" how are you doing? | - Хей, це «водій 1», як ти там? |
| - I am fine, I am fine, how about you? | - Добре, добре, як Ви? |
| - Oh, all pretty good, I saw "owner" | - О, все досить добре, я бачив, |

asked you to check on a load to Massachusetts and you said it delivers Friday morning.

- Right.

*- I was just, I can't really text, cause I am driving, so, but probably, especially since, you know, if not for two and a half hours **deadhead** to get **to the pick up** I probably would have time to, you know. Had it actually been coming from Gastonia, instead of hundred miles away from Gastonia, I probably could have made it down there with one drive session, but uh... But I have to take a break before I get all the way down there, so. You know, the earliest we gonna be able to pick up tomorrow is probably early afternoon and with **picking up** then if we can find something **to pick up** then if we wanna be able to deliver by Thursday morning, we would probably need to keep it under the 1000 to 1100 miles range.*

- Right.

- Especially, since I gonna have to use a little bit of drive time in the morning

власник просив тебе перевірити вантаж, що іде в Массачусетс, і ти сказав, він доставляється вранці у п'ятницю.

- Так.

- Я просто, я не дуже можу писати, тому що за кермом, але можливо, особливо, зважаючи на, знаєш сам, якщо не дві з половиною години дедхеда, щоб дістатися до вантажу... Я можливо мав би час на це, ти знаєш... Якби вантаж дійсно був у Гастонії, а не у 100 милях від Гастонії, я можливо міг би дістатися туди за одну зміну, але... Але мені треба зробити перерву перед тим, як я почну туди їхати. Знаєш, найраніше, коли ми зможемо взяти наступний вантаж, це буде рано по обіді і з чимось, що ми візьмемо тоді, якщо ми зможемо знайти таке, якщо ми хочемо мати змогу доставити вранці у четвер, то нам скоріше треба шукати щось не довше 1000-1100 миль.

- Так.

- Особливо, враховуючи те, що я маю використати трохи часу

| | |
|--|---|
| <p><i>finishing this trip. We probably don't need to find something that's gonna, you know be like that one to Massachusetts, be like something about 1300-1400 miles.</i></p> <p><i>- Yeah.</i></p> | <p><i>завтра вранці, закінчуючи наш теперішню поїздки. Нам, можливо, не треба шукати щось схоже на поїздки до Массачусетса, що становить 1300-1400 миль.</i></p> <p><i>- Добре.</i></p> |
|--|---|

За змістом цей діалог містить обговорення водієм і диспетчером можливого замовлення. Щоб отримати замовлення, потрібно проїхати певну відстань порожнім, тобто без вантажу. У водійському сленгу на позначення цієї відстані використовують лексему «*deadhead*», що буквально означає «мертва голова». Тлумачний словник англійської мови фіксує таке значення виразу: «a person who is boring or stupid» [59] на позначення не дуже розумної людини, але в бізнес-словнику натрапляємо на такий опис цього виразу як професіоналізму: «used to describe a plane, truck, or other vehicle that is travelling, or a journey that is made, without passengers or goods, or with fewer passengers or goods than usual» [59], тобто актуалізовано вживання пересування транспортного засобу без пасажирів та вантажу. Проте ця лексема має і сленгове значення «відстань до вантажу», що є дуже важливим з огляду на обмеження відстані, яку може за нормами подолати водій за добу. Якщо відстань до вантажу дуже велика, то водій не вкладається в графік і не встигає доставити вантаж, оскільки йому потрібно дотриматися максимуму можливих годин у дорозі: *if not for two and a half hours deadhead to get to the pick up*. Одним із завдань диспетчера і є пошук таких вантажних перевезень, щоб водієві було зручно і недалеко діставатися до місця завантаження, тобто мінімізувати час у дорозі на добу. Такий період «порожньої» їзди не випадково асоціюється з «мертвою головою», оскільки лише забирає корисний час у водія.

Крім того, в цьому діалозі фіксуємо ще один приклад професійного соціолекту: дієслово *to pick up*. Тлумачний словник англійської мови подає

дієслово з прийменником як полісемічний вираз: «pick someone/something up – 1. to lift someone or something using your hands; 2. to collect, or to go and get, someone or something; 3. to learn a new skill or language by practising it rather than being taught it; 4. to buy something cheaply; 5. to win or get a prize or something that gives you an advantage, such as votes or support» [59], тобто в прямому значенні вираз перекладається як «підняти щось (руками)», а в переносному значенні – колекціонувати, збирати, вчитися, купляти дешевше, ставати переможцем. Утім, цей вираз часто вживають у професійному мовленні транспортних перевізників у значенні «взяти замовлення», тобто в переносному метафоричному значенні дієслова «підняти»: *You know, the earliest we gonna be able to pick up tomorrow is probably early afternoon and with **picking up** then if we can find something **to pick up** then if we wanna be able to deliver by Thursday morning, we would probably need to keep it under the 1000 to 1100 miles range.* У цьому висловлюванні дієслово *to pick up* вжито саме на позначення отримання й доставки замовлення, тобто тут метафора значення «підняти» використана як сленгізм у професійному мовленні водіїв.

У наступному діалозі ініціатором розмови є диспетчер, який знайшов вигідне замовлення для водія.

Діалог 3

| Англійський текст | Переклад |
|---|--|
| <p>- Hey "driver 2".</p> <p>- hey, how are you doing.</p> <p>- I am fine, I am fine, I see an option for you, I see you just got back from Houston, but there is a load going to Houston, that's actually picking up in Clinton, like close to Jackson , till 3 pm. It has Houston delivery tomorrow 8 am, load of soft drinks, 44-45</p> | <p>- Привіт, «водій 2».</p> <p>- Привіт, як справи?</p> <p>- Все добре, все добре, я бачу опцію для Вас, знаю, Ви щойно повернулись з Х'юстона, але тут є вантаж, що туди їде, його можна доставити в Клінтоні, це недалеко від Джексона, до третьої години. Доставка в Х'юстоні завтра о восьмій ранку,</p> |

| | |
|--|---|
| <p><i>thousand pounds. It's about 450 miles loaded and they have rate at 1000\$.</i></p> | <p><i>вантаж безалкогольних напоїв, 44-45 тисяч фунтів. Це приблизно 450 миль, вони платять 1000\$.</i></p> |
| <p><i>- Yeah, go ahead and book it, that's good, when do I pick this one up?</i></p> | <p><i>- Так, не вагайся, забирай вантаж, він хороший, до якої години я маю його доставити?</i></p> |
| <p><i>- Picks up till 3 pm today and delivers tomorrow 8 am.</i></p> | <p><i>- До третьої години сьогодні, доставка завтра о 8й ранку.</i></p> |
| <p><i>- Got you, appreciate it.</i></p> | <p><i>- Зрозумів, дякую.</i></p> |
| <p><i>- Let me take it and I will send you all the info.</i></p> | <p><i>- Давайте, забираю його і відправляю Вам, всю інформацію.</i></p> |
| <p><i>- Alright, thanks, bye.</i></p> | <p><i>- Добре, дякую, бувай.</i></p> |

У цьому прикладі також фіксуємо вживання дієслова *to pick up* у значенні «доставляти вантаж». І диспетчер, і водій активно послуговуються цим сленгізмом на позначенні операцій з вантажем. Також відзначимо в цьому текстовому фрагменті етикетну комунікацію: розмова починається і закінчується етикетними фразами, що налаштовує на розмовно-побутове спілкування. Також до сленгової лексики уналежнюємо вживання слова *load* не як дієслова, а як іменника, тобто не в значенні «завантажити», а саме вантажу, напр.: *I see you just got back from Houston, but there is **a load** going to Houston*, Таке значення не представлене в тлумачних словниках, воно актуалізовано саме в соціолекті водіїв. Тлумачний словник англійської мови подає таку дефініцію іменника «load – the amount of weight carried, especially by a vehicle, a structure such as a bridge, or an animal» [59], тобто мається на увазі загальне навантаження під час транспортування або перевезення, а не вантаж загалом. У складі сталого виразу «carry a load of» іменник вживають у

значенні вантаж, проте в нашому матеріалі такого вживання не зафіксовано. У сленгу водіїв іменник «load» розширив значення до вантажу загалом.

Вважаємо, що зміна значення слова, тобто семантична деривація є продуктивним способом творення сленгізмів: так, наприклад, дієслово *to book* – «to arrange to have a seat, room, performer, etc. at a particular time in the future» [59], що має пряме значення «зарезервувати, замовити», у професійному мовленні перевізників вживається на позначення вибору вантажу: *Yeah, go ahead and **book it**, that's good, when do I **pick** this one up?* У такий спосіб диспетчер обирає вантаж після узгодження з водієм, проте йдеться не про резервування, а саме про отримання вантажу за попередньою згодою, а фактичне отримання вже здійснює водій на місці.

У наступному діалозі водій телефонує до диспетчера з метою уточнити умови прибуття вантажу та ціну за його перевезення.

Діалог 4

| Англійський текст | Переклад |
|--|--|
| - <i>Hello!</i> | - <i>Алло!</i> |
| - <i>Yeah, driver 3, this is dispatcher.</i> | - <i>Алло, так, водію 3, це диспетчер.</i> |
| - <i>Yes, sir?</i> | - <i>Так, сер.</i> |
| - <i>I am just checking what's gonna be your ETA to the shipper?</i> | - <i>Дзвоню перевірити, який буде приблизний час прибуття на завантаження?</i> |
| - <i>I am getting ready to leave right now.</i> | - <i>Я збираюся виїжджати зараз.</i> |
| - <i>Got, you, okay, okay, no problem.</i> | - <i>Добре, добре.</i> |
| - <i>I thought you said 1400\$, it says 1331 on it.</i> | - <i>Я думав, ти сказав 1400 за цей вантаж, а тут пише, що 1331.</i> |
| - <i>No, I said 1300\$ and I got extra 30\$ in it.</i> | - <i>Ні, я сказав 1300, і я вибив ще 30 зверху.</i> |
| - <i>Okay.</i> | - <i>Добре.</i> |

| | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| - <i>Yeah, I said 1300\$.</i> | - <i>Я сказав 1300 точно!</i> |
| - <i>Alright.</i> | - <i>Добре.</i> |
| - <i>No problem.</i> | - <i>Чудово.</i> |

За змістом водій уточнює у диспетчера питання, що його цікавлять: час прибуття вантажу та його ціна, оскільки водій не розчув або не запам'ятав правильну ціну товару. Розмова здійснюється через аудіозв'язок, тому можливі технічні перешкоди, що вплинули на розуміння змісту повідомлень диспетчера. У наведеному текстовому фрагменті вжито аббревіатуру, що активно вживається у водійському професійному сленгу – *ETA*. Ця аббревіатура розшифровується як «*Estimated time arrival*» (укр. «приблизний час прибуття»). Цю аббревіатуру не фіксує тлумачний словник, вона часто використовується під час спілкування з водіями, оскільки вказує на розрахунковий час доставки вантажу.

Крім того, в цьому фрагменті тексту наявна лексема *shipper* – «a person or company whose job is to organize the sending of goods from one place to another» [59], тобто «вантажовідправник». У професійному мовленні транспортних перевізників це слово вживають не на позначення особи, яка є відправником вантажу, а в значенні узагальненого суб'єкта або навіть місця, пов'язаного з відправленням вантажу. Коди йдеться про «*shipper*», то це не стільки суб'єкт, скільки місце, де водій завантажується: *I am just checking what's gonna be your ETA to the shipper?* Не випадково ми переклали це висловлювання, використавши лексему «завантаження» як еквівалент «*shipper*». У цьому випадку антонімом до «*shipper*» стає «*receiver*», що також використовується як узагальнена назва отримувача: коли водій доставляє вантаж за призначенням, розвантажується й отримує за роботи гроші, то місце призначення та умовний отримувач називається саме лексемою «*receiver*».

Наступний діалог відбувається між диспетчером і водієм щодо обговорення можливого вигідного перевезення.

Діалог 5

| Англійський текст | Переклад |
|--|--|
| - <i>Hello!</i> | - <i>Алло!</i> |
| - <i>Hey, driver 4, this is dispatcher, sorry to miss your call.</i> | - <i>Алло, водій 4, це диспетчер, перепрошую, що пропустив дзвінок.</i> |
| - <i>Yeah, good morning.</i> | - <i>Так, добрий ранок.</i> |
| - <i>Yeah, good morning, I am working for a load for you now, looking for something to deliver Thursday morning, like for 2500\$, you know.</i> | - <i>Я вже шукаю наступний вантаж, щось, що доставляється в четвер зранку, десь за 2500\$.</i> |
| - <i>Yeah, I want a good load, because, you know what, I only made 2000\$ this week, I want something good, I need a really good load.</i> | - <i>Так, я хочу хороший вантаж, тому що знаєш, я заробив тільки 2000\$ цього тижня, мені треба дуже, дуже хороший вантаж.</i> |
| - <i>I got you, okay, yeah, I am working on it now. There are just couple things for 2\$ per mile, so I am trying to get something fat.</i> | - <i>Я зрозумів, вже шукаю. Поки бачу тільки декілька вантажів за 2 долари за милю, тому я шукаю дійсно найкращий вантаж.</i> |
| - <i>Alright, okay, I am ready.</i> | - <i>Добре, я готовий.</i> |
| - <i>Okay, will let you know.</i> | - <i>Супер, я дам знати.</i> |
| - <i>Alright, goodbye.</i> | - <i>Добре, бувай.</i> |

Цей діалог містить уже описану вище сленгову номінацію вантажу «load», при цьому вжито прикметник оцінної семантики для характеристики вантажу, потрібного водієві: *I want a **good load**, because, you know what, I only made 2000\$ this week, I want something good, I need a really **good load**.* «Реально хороший вантаж» – це такий вантаж, за який можна отримати

високу грошову винагороду. Водій скаржить диспетчеру на те, що заробив минулого тижня дуже мало, тому готовий взятися не за будь-яку роботу, а за високо оплачувану.

У цьому ж текстовому фрагменті наявне висловлювання *I am trying to get something fat*. У ньому вжито лексему «fat», яку тлумачний словник фіксує як іменник у таких значеннях: «fat – 1. the substance under the skin of humans and animals that stores energy and keeps them warm; 2. a solid or liquid substance from animals or plants and used especially in cooking» [59]. Це значення можна буквально перекласти українською як «жир». Як прикметник лексема «fat» має такі значення: «1. having a lot of flesh on the body; 2. thick or large; 3. used in some phrases to mean very little or none» [59]. Крім власне значення «товстий, жирний», наявна і семантика кількості, проте на позначення вантажу цю лексему в літературній мові не вживають. Натомість у професійному мовленні водіїв фіксуємо її саме із семантикою хорошого вантажу, це можна було б перекласти як «жирний вантаж», що підтверджує і тлумачення цього слова в тлумачному словнику української мови: жирний – «1. З великою кількістю жиру; // Замазаний, забруднений жиром; масний. 2. Товстий, гладкий, відгодований (про людей, тварин або частини їх тіла). // перен., розм., рідко. З великою кількістю соку (про рослини); соковитий. 3. перен. З великим вмістом якоїсь речовини. // З великим вмістом поживних речовин. 4. перен. З товстими лініями» [42, т. 2, с. 531]. В передостанньому значенні, що є метафоричним, актуалізовано кількісну характеристику як «великий вміст». А в словнику українського сленгу фіксуємо і значення «багатий, респектабельний, успішний» [41], майже ідентичне актуалізованій семантиці англійського слова «fat». Проте в українській мові це жаргонізм, що не належить до соціолектів, а в англійській – одиниця професійного сленгу.

Отже, у професійному мовленні англомовних водіїв зафіксовано низку сленгових одиниць, що мають різні значення і потребують лексикографічного опису та фіксації.

РОЗДІЛ 3

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЙНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО СЛОВНИКА СЛЕНГУ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

3.1. Специфіка електронного словника

Комп'ютерна лексикографія відкриває можливості для створення передових електронних словників, які сприяють ефективності роботи перекладача. Основним завданням цієї галузі є створення електронних словників, зокрема розроблення електронних словників та лексиконів, які можна використовувати на комп'ютерах та в інших цифрових пристроях. Це можуть бути загальномовні словники, тематичні словники або спеціалізовані словники для конкретних галузей. Також сюди належить «розроблення програмного забезпечення для створення, редагування, оптимізації та управління лексикографічними ресурсами» [38, с. 124]. Це охоплює інструменти для обробки та аналізу мовних даних, створення глосаріїв, синтезу та аналізу великих мовних корпусів тощо, а також створення та підтримку баз даних, що містять словникову інформацію та можуть бути доступні для використання різними застосунками та програмами.

Важливим є і розвиток електронних ресурсів для лінгвістичних досліджень, а саме «створення цифрових засобів для лінгвістичних аналізів, досліджень та обробки мовної інформації для вивчення мови, її структури, семантики та використання у різних контекстах» [16, с. 445]. Це передбачає розроблення онлайн-словників, тезаурусів, словникових додатків, що надають користувачам можливість швидко та зручно отримувати мовну інформацію та перевіряти значення слів. Отже, комп'ютерна лексикографія спрямована на створення та управління лексикографічними ресурсами за допомогою сучасних інформаційних технологій для забезпечення доступу до мовної інформації та полегшення комунікації між користувачами.

Запит на використання таких ресурсів безперервно зростає через значні переваги, які електронні словники надають порівняно з паперовими варіантами. Ці переваги полягають у їх «високій інформативності, компактності, збагаченості мультимедійним контентом (малюнками, аудіо- та відеоматеріали), наявності прикладів з гіпертекстовими посиланнями та можливостями швидкого пошуку потрібної інформації» [40, с. 242].

Основні функції електронних словників можна розділити на довідкові, систематизувальні та освітні:

1. Довідкова функція полягає в наданні широкого спектру інформації про слова, їх значення та вживання.

2. Систематизувальна функція допомагає організувати словниковий матеріал для більш зручного доступу та орієнтації.

3. Освітня функція передбачає використання словників як засобу для навчання та поглиблення знань у мовознавстві та лексикології [16, с. 443].

Електронні словники мають кілька специфічних особливостей, що відрізняють їх від традиційних паперових словників. Насамперед це доступність та можливість оновлення. Електронні словники доступні в Інтернеті або через спеціальні програми для мобільних пристроїв, що робить їх легкодоступними для користувачів у будь-який час та з будь-якого місця. Окрім цього, вони можуть швидко оновлюватися, включаючи додавання нових слів та виразів, оскільки мовна ситуація постійно змінюється.

До переваг електронних словників фахівці також уналежнюють інтерактивність. Багато електронних словників дозволяють користувачам додавати нові терміни, визначення та приклади використання. Це створює «можливість для спільної роботи спільноти та реального часу для поширення нової мови» [39, с. 34]. Також позитивною рисою електронних словників є мультимедійність, оскільки електронні словники можуть містити відео- або аудіоматеріали, приклади вживання слів у контексті, а також посилання на різноманітні ресурси, що полегшує розуміння та запам'ятовування слів.

Електронні словники часто мають можливості пошуку та фільтрації, що дозволяють користувачам швидко знаходити та вибрати потрібну інформацію. Вони можуть мати різні версії або розділи, спеціалізовані для різних аудиторій (наприклад, медичний, фінансовий, професійний сленг тощо), і ці особливості дозволяють електронним словникам бути більш гнучкими та функціональними, що відповідає вимогам сучасних користувачів.

У галузі машинного перекладу працює компанія «Trident Software», яка розробила продукти, такі як Language Master, L-Master 98 та Pragma [49, с. 337]. Програмне забезпечення цієї компанії користується значним попитом у всьому світі, включаючи приватні та державні установи України. На зарубіжному ринку доступний широкий асортимент електронних словників, таких як Multitran, Myltillex, Slovoed, ABBY Lingvo, Babylon, WordNet, StarDict, Promt, Trados, Polyglossum, Language Assistant, Wordsmyth English Dictionary-Thesaurus тощо.

Робота над створенням електронних галузевих словників активно проводиться як у державних науково-дослідних установах (таких як лабораторія комп'ютерної лінгвістики Київського національного лінгвістичного університету, Український мовно-інформаційний фонд Національної академії наук України, кафедра загального та прикладного мовознавства Харківського національного університету імені Каразіна), так і за участю вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема В. Широкова, С. Головащука, Є. Карпіловської, В. Селегея, М. Шведової та інших вчених.

Автор дослідження долучився до цієї роботи у складі студентів, які взяли участь в онлайн-курсі «Комп'ютерна лексикографія» в межах проекту «Шість курсів з цифрової української філології». Цей проект ініціювали українські дослідники під егідою Єнського університету (Німеччина), безпосередньо заняття проводили Марія Шведова та Оксана Таран з вересня по грудень 2022 року. Під час навчання було опановано лекційний матеріал з комп'ютерної лексикографії, а також розроблено проект англо-українського

словника, яким став електронний словник сленгу транспортної логістики. Основними одиницями словника слугували лексеми, зібрані під час роботи диспетчером з водіями вантажних перевезень у США. Зібраний матеріал розміщено у формі електронного словника на відповідному ресурсі (див. Мал. 1).

Малюнок 1

Проект електронного словника термінів і сленгу транспортної логістики

[DICTIONARIES](#) > LOGISTICS TERMS AND SLANG. HLIB
KUCHMA

LOGISTICS TERMS AND SLANG. HLIB KUCHMA

DESCRIPTION

This dictionary may be valuable for non-experienced logistic managers or dispatchers. Additionally it may be useful for the drivers who dealing with new type of driving or with another country`s rules and lexis in this area.



Цей словник відповідає основним вимогам до електронних словників і потребує ґрунтового опису та розширення реєстрових одиниць, на чому зупинимося нижче.

Загалом електронні словники розробляють з урахуванням різних цільових аудиторій та спрямовані на різні функції:

«1) для широкого споживача (такі як «Google Translate», «Systran 7 Home Translator»);

2) для корпоративного використання (наприклад, «Promt NET Professional»);

3) для професійних перекладачів (PT 2008 Professional, Translation Manager від IBM, DeJaVu від ATRIL);

4) для перекладу веб-сайтів («Inter Tran Web Site Translation Server», «Systran Web Translator»);

5) для користувачів портативних пристроїв (наприклад, «Promt Mobile», «Speereo Voice Translator»);

6) для перекладу усного мовлення (як, наприклад, у програмі «Google Translate for Android»)» [40, с. 242].

Електронні словники можна класифікувати за різними критеріями, такими як функціональність, спеціалізація, формат та інші характеристики. Насамперед електронними є перекладні словники, що містять переклади слова з однієї мови на іншу, визначення, синоніми, антоніми та іншу мовну інформацію; тлумачні словники, що надають більш докладне роз'яснення та тлумачення значень слів, часто з прикладами вживання, фразами та контекстуальною інформацією; спеціалізовані словники, що призначені для конкретних галузей або спеціальностей і містять спеціалізовану термінологію та словниковий запас; етимологічні словники, що містять інформацію про походження та історію слів, їхні корені та еволюцію від початкових форм до сучасних варіантів; фразеологічні словники, що сконцентровані на фразеологізмах, виразах та ідіомах, надають пояснення їх значень та вживання в різних контекстах; енциклопедичні словники, що містять широкий спектр інформації, не тільки лексикографічну, але й загальнокультурну, історичну, наукову та іншу. Розрізняють онлайн-словники, які доступні через Інтернет, та офлайн-словники, що функціонують у вигляді програм для комп'ютерів або мобільних застосунків та не потребують підключення до мережі.

О. Черниш виокремлює такі електронні словники на підставі мети використання та цільового призначення: «для широкого загалу (Google

Translate, Systran 7 Home Translator); для корпоративного користування (Prompt NET Professional); для професійних перекладачів (PT 2008 Professional, Translation Memory: Transit, Star, Trados, Translation Manager, EuroLang Optimizer); для перекладачів вебсайтів (Inter Tran Web Site Translation Server, Systran Web Translator); для користувачів портативних пристроїв (Prompt Mobile, Speereo Voice Translator); для синхронних перекладачів (Google Translate for Android)» [54, с. 199].

Електронний словник має низку переваг, зокрема: «актуальність та динамічність, що забезпечує можливість постійного оновлення інформації, а також видалення застарілих даних; значний обсяг словникової бази та широкий доступ до необхідної інформації завдяки використанню гіперпосилань; універсальність, оскільки програми уможливають роботу з декількома мовами водночас та пропонують різні варіанти перекладу; багатофункціональність, що забезпечується низкою додаткових функцій, які спрощують роботу зі словником; мультимедійність, що полягає у використанні графічного й ілюстративного матеріалу, аудіо- та відеофрагментів; варіативність у використанні як у локальній, так і глобальній мережах, а також у використанні офлайнової та онлайнової версій; зручний пошук завдяки ефективній системі повнотекстового пошуку, високій швидкості пошуку та одночасного пошуку у декількох словниках» [54, с. 200].

Науковці визначають перший етап розробки електронних словників як створення реєстру, що є основою для подальшого процесу створення цифрових лінгвістичних засобів. К. Селіверстова розглядає структуру перекладного словника, визначаючи її на основі двох компонентів: 1) словникового матеріалу мови оригіналу, який у сучасній практиці часто отримує назву "реєстру", та 2) еквівалентів із реєстром слів мови перекладу. За висновками автора, «у білінгвальному словнику кожна мова презентується залежно від її функціональної ролі – чи вона є основною, чи перекладною. Якщо словник призначений для читання або перекладу англомовних текстів,

то саме український реєстр визначає обсяг та характер словникового матеріалу двомовного словника, виступаючи при цьому як довідник» [39, с. 39].

Термін «реєстрове слово» застосовується для термінів, які потребують пояснень або перекладу. Для характеристики слова з граматичного та стилістичного погляду, реєстрове слово відображається іншим шрифтом, маючи в собі відповідні позначки та разом з поясненням та перекладом утворює словникову статтю. Структура словникової статті «в кожному лексиконі має свою унікальність і специфіку, яка може бути стислою, розгорнутою, перекладною або загальною» [12, с. 15]. Зважаючи на це, для пошуку реєстру (тобто списку термінів) застосовують методи аналогії, класифікації та системного пошуку. Варто також розглядати доцільність проведення морфологічного та синтаксичного аналізу відібраних термінів для реєстру.

3.2. Принципи створення електронного словника сленгу транспортних перевезень

Електронні словники фахової мови – це «лексикографічні ресурси, призначені для надання інформації про спеціалізовану термінологію, вирази, терміни та поняття, що характерні для певних професійних галузей чи спеціалізацій» [40, с. 241]. Ці словники надають не лише переклади або визначення термінів, але й додаткову спеціалізовану інформацію. Вони можуть містити приклади вживання термінів у контексті, синоніми, антоніми, тлумачення або пояснення конкретних фахових понять, а також посилання на джерела, де ці терміни використовуються. Електронні словники фахової мови часто розробляються для різних галузей, зокрема і транспортних перевезень. Вони є корисними інструментами для фахівців, перекладачів та всіх, хто працює в конкретній спеціалізованій галузі і потребує точного та зрозумілого розуміння специфічної термінології та мовлення, що характеризує цю галузь.

Натомість електронний словник сленгу – це онлайн-ресурс або програмне забезпечення, яке містить інформацію про сленгові вислови, фрази, терміни та вирази, які використовуються в певній мові або соціокультурному середовищі [3, с. 14]. Цей тип словників може бути доступним у вигляді веб-сайтів, мобільних додатків або програм для персональних комп'ютерів. Такі електронні словники сленгу зазвичай містять: визначення та пояснення значень сленгових термінів та фраз; наведення прикладів реального вживання сленгу в різних ситуаціях або контекстах для кращого розуміння їх значень; інформацію про походження або історію виникнення певних сленгових виразів або термінів; можливість швидкого пошуку конкретних сленгових висловів за абеткою або тематично. Електронні словники сленгу є корисними для тих, хто хоче краще розуміти сучасну мову, мовні тенденції та вирази, що використовуються в певних соціокультурних середовищах або професійних групах.

На нашу думку, укладання електронного словника професійного сленгу ґрунтується на декількох принципах, які сприяють створенню якісного та інформативного ресурсу для розуміння специфічних термінів та виразів, характерних для конкретної професійної групи чи галузі:

1. **Визначення цільової аудиторії**, а саме розуміння, для кого створюється словник, є ключовим. Чітко визначити, для кого цей словник призначений – фахівців у певній галузі, студентів, перекладачів або широкого загалу читачів. Ми насамперед орієнтуємося на фахівців у галузі соціолінгвістики, перекладачів і працівників сфери транспортної логістики. Ідея електронного словника виникла під час роботи диспетчером, коли окремі слова і вирази, попри високий рівень володіння англійською мовою, були не зрозумілими, напр.:

Ok. I saw a second post on the board for what I assume is that load that shows 2300 pick. That could work with my afternoon drop today

Такі повідомлення в месенджері, що містили сленгізми англ. *drop, pick*, на перших етапах роботи заважали розумінню змісту повідомлень. Оскільки мають пряме значення в літературній мові, а в цьому разі набули переносного значення в сленгу транспортних перевезень.

2. Збір та аналіз сленгових термінів. Потрібно провести ретельний аналіз та збір сленгових виразів, термінів, вживаних у професійній галузі чи серед конкретної професійної групи. Це може бути здійснено за допомогою інтерв'ю, анкет, літературних джерел, інтернет-форумів та інших джерел. Ми збирали матеріал безпосередньо під час роботи диспетчером і розмов та листування з водіями. Поштовхом для збору матеріалу стала участь в онлайн-школі комп'ютерної лінгвістики, для завершення навчання в якій потрібно було підготувати проєкт словника. Зважаючи на це, зібрано 88 лексем і виразів, уналежнених до професійного сленгу, напр.: англ. *Just emptied out* – в значенні «розвантажитися».

3. Документування та пояснення термінів. Для кожного терміна потрібно надати як мінімум його пояснення або визначення, а також можливі приклади вживання в контексті, що допомагає зрозуміти його значення. Такими контекстами в нашому матеріалістами аудіозаписи розмов з водіями, скріншоти повідомлень в месенджерах, електронні листи, напр.:

Why don't you send the rc to
my email

На цьому скріншоті у висловлюванні використано абрєвіатуру «rc», що розшифровується як «*rate confirmation*» – у буквальному перекладі «підтвердження ціни». Проте цей вираз і – відповідно – скорочення вживають на позначення документу, що підтверджує домовленість про резервування вантажу. Саме тому в повідомлення йдеться про те, чому адресат не посилає цей документ електронною поштою.

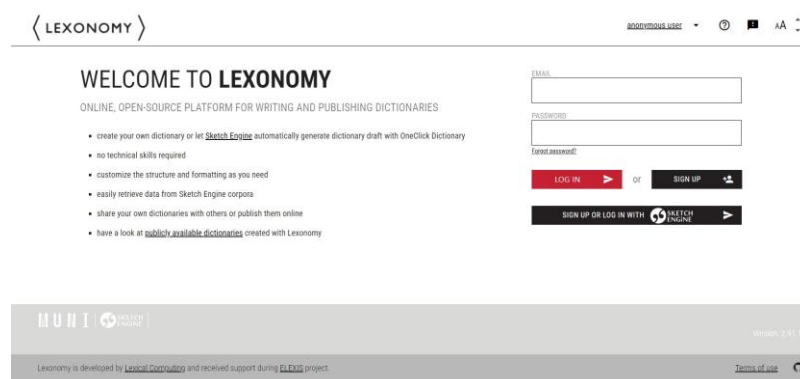
4. Класифікація та структурування. Потрібно розподілити словник на логічні розділи або категорії, які відображають специфіку вживання сленгу у

відповідній галузі або серед конкретної професійної групи. Ми обрали напрям словника від англійської мови до української, тому в кожній словниковій статті представлено англійську лексеми (вираз) з тлумаченням значення та український відповідник, також з тлумаченням значення. Принцип укладання словника – за абеткою.

5. Ілюстрація та контекстуалізація. У словнику варто використовувати приклади або ситуації, щоб продемонструвати вживання сленгових виразів у реальних контекстах. На актуальній стадії розроблення словника ми використали висловлювання та обмежені контексти вживання дібраних слів, словосполучень і фраз, напр.: англ. *I was going to put it in the shop but I wanted to make sure that I could get help paying it.* У цьому висловлюванні іменник «shop» має значення не «магазин», «станція технічного обслуговування», що зрозуміло саме з контексту.

6. Актуалізація та оновлення. Словники професійного сленгу повинні періодично оновлюватися, оскільки сленг постійно змінюється та еволюціонує в професійних групах. Запропонований електронний словник розміщено на веб-ресурсі електронних словників lexonomy.eu, що дає змогу його постійно поповнювати. Коли кількість реєстрових одиниць перевищить 100, можна відкрити доступ до словника для всіх охочих.

7. Доступність та зручність використання. Важливо забезпечити легкий доступ до словника, зрозумілу структуру та зручний пошук необхідних термінів. Доступ до електронного словника є вільним після реєстрації на порталі:



Працювати з такими матеріалами можуть всі зареєстровані користувачі. Заданий принцип створення та користування є однотипним для всіх подібних електронних словників, тому це спрощує роботу та не викликає проблем у тих, кому потрібна інформація.

Ці принципи допомагають створити корисний та повноцінний ресурс для розуміння та використання професійного сленгу в певній галузі чи серед конкретної професійної спільноти.

Ми створили електронний словник професійного мовлення транспортних перевізників, ґрунтуючись на записах перемов англомовних водіїв вантажівок з диспетчером, що є частиною системи транспортної логістики США. Загалом для «американського сленгу характерний також і незвичайний для цього лексичного шару інноваційний процес, коли сленгові інновації створюються на вершині соціальної піраміди, а потім поширюються до її основи. Поширення сленгу «зверху вниз» має місце, наприклад, у тих випадках, коли письменники, публіцисти, діячі театру і кіно не тільки популяризують сленг, але і створюють власні сленгізми, частина яких стає загальноживаними» [37, с. 95]. Проте в словнику зібрано саме професійний сленг, а не загалом нелітературне мовлення, тобто цей матеріал насамперед потрібен для вивчення соціолектів.

3.3. Опис електронного словника транспортної логістики

Запропонований електронний словник сленгу транспортних перевезень містить 88 реєстрових одиниць та побудований за принципом перекладного тлумачного словника: наявна вихідна лексема (вираз) англійською мовою з тлумаченням і перекладом українською мовою, також з дефініцією. За можливості ми спиралися на тлумачні словники англійської та української мов. У разі відсутності потрібних лексем або значень гадали власні дефініції лексем та виразів.

Для лексикографічного опису кожної сленгової лексеми ми діяли за такою схемою: реєстрова одиниця англійською мовою (слово або вираз) –

дефініція одиниці (англійською мовою) – паспортизація (за наявності) – переклад українською мовою – тлумачення українською мовою, напр.: англ. *good area* – «state or sometimes exact city in state out which is easier to find a well-paid load» – укр. *хороша місцевість* (хороший район) – «штат або конкретне місто, з якого легше знайти добре оплачуваний вантаж».

Для зручності опрацювання матеріалу ми використали таблиці у форматі Excel (див. Мал. 2).

Малюнок 2

Опис реєстрового слова в таблиці Excel

| | A | B | C | D | E | F |
|---|-----------------------|--|---|--|--|---|
| 1 | Term | Definition | Паспортизація | Переклад | Тлумачення | |
| 2 | 10 to 4 | said to mean that a message has been received; could look like 10-4, 10/4 or T4 | https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ten-four?q=10%2F4 | Повідомлення прийнято | використовується на позначення того, що повідомлення прийняте та прочитане | |
| 3 | deadhead (adj) | used to describe a plane, truck, or other vehicle that is travelling, or a journey that is made, without passengers or goods | https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/deadhead | їхати пустим (без вантажу) | використовується для опису літака, вантажівки або іншого транспортного засобу, що перебуваючи у дорозі -- не має пасажирів або вантажу | |
| 4 | good area | state or sometimes exact city in state out which is easier to find a well-paid load | | Хороша місцевість (хороший район) | штат або конкретне місто, з якого легше знайти добре оплачуваний вантаж | |

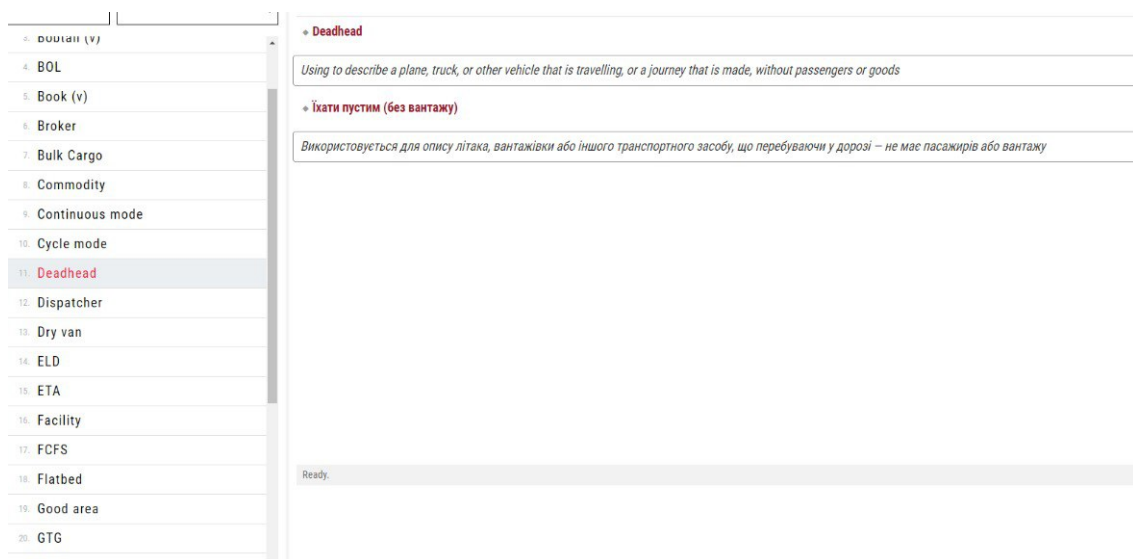
У першому стовпчику таблиці подано перелік сленгових англійських лексем англійською мовою за абеткою. Цей перелік було отримано внаслідок ґрунтовного аналізу та суцільної вибірки сленгізмів із записів аудіорозмов і текстів повідомлень у месенджерах між диспетчером і водіями. У другому стовпчику ми запропонували власну дефініцію лексеми чи виразу, актуальну саме в системі професійного мовлення транспортної логістики. Дефініцію враховували тлумачення за словниками, проте переважно є авторськими. Наступний стовпчик містив покликання на словникове тлумачення (Кембриджський словник англійської мови – Cambridge dictionary) в тих

випадках, коли це було можливим. У четвертому стовпчику ми наводили запропонований переклад та його варіанти, релевантні саме для сленгового мовлення. І в останньому стовпчику було представлено авторську дефініцію з поясненнями значення сленгізму, що враховувало систему професійного мовлення транспортної логістики США.

Кожна лексема на підставі зібраної інформації була спочатку описана у таблиці, що дозволяло додавати потрібну інформацію, коригувати опис та екстраполювати зібрану інформацію в інші формати. Після завершення збору та опису матеріалу було створено словникові статті на базі електронного ресурсу lexonome.eu (див. Мал. 3).

Малюнок 3

Словникова стаття лексеми «deadhead»



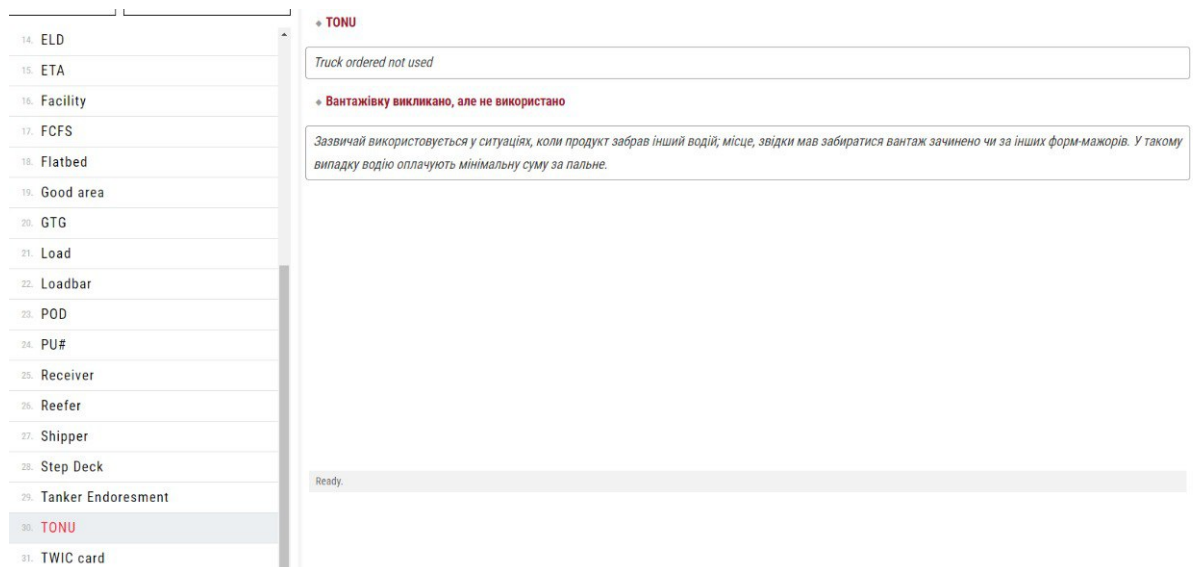
Наведене зображення ілюструє структуру нашого електронного словника. Праворуч на сторінці розміщено навігаційну панель, де здійснюється пошук реєстрових слів: у загальному порядку слова розміщено за абеткою (спочатку цифрові скорочення), потім разом лексеми, аббревіатури та фрази (за першим словом). Натискання на певне реєстрову одиницю (виділено червоним кольором на скріншоті) активізує правий бік сторінки електронного словника. Праворуч з'являється безпосередньо пошукувана лексема – в нашому прикладі це слово «deadhead». Червоним кольором наведено основну інформацію – лексему англійською мовою та її переклад

українською мовою. Переклад здійснено саме у сленговому значенні, тобто не буквальный переклад «мертва голова», а «їхати порожнім, без вантажу». У цьому випадку переносне значення зафіксовано в тлумачному словнику англійської мови, тому дефініцію наведено за словником. Після українського перекладу подано значення та умови вживання цього слова саме з опертям на специфіку професійного спілкування. Тлумачення передусім розраховано на тих, хто буде використовувати сленгізм у комунікації або професійній діяльності. Натискання на рядок дефініції дозволяє авторові вносити корективи та уточнювати визначення кожної лексеми.

На наступному скріншоті представлено словникову статтю не окремої лексеми, а аббревіатури (див. Мал. 4).

Малюнок 4

Словникова стаття аббревіатури «TONU»



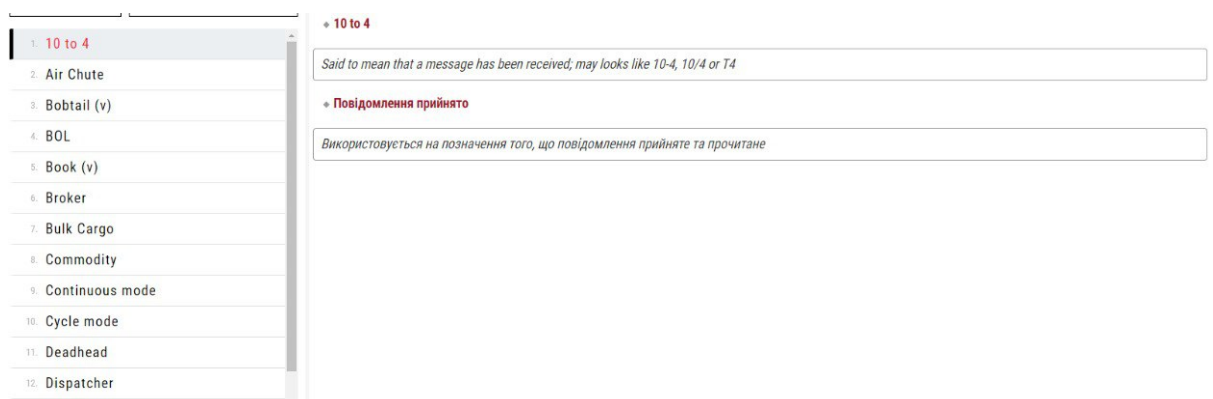
У професійному мовленні транспортних перевізників дуже поширено вживання скорочень та аббревіатур, оскільки постійний рух унеможлиблює тривалу комунікацію, зокрема письмову: водій не може писати довгі повідомлення за кермом під час руху. Для скорочення комунікативної взаємодії з диспетчером застосовують низку аббревіатур, що потребують декодування та визначення у словнику, оскільки зрозумілі виключно фахівцям, тобто характерні для соціолекту перевізників. Аббревіатура «TONU» представлена в загальному алфавітному списку реєстрових слів на

панелі навігації. У разі натискання на слово праворуч з'являється повне декодування цього скорочення «*Truck ordered not used*», що буквально перекладається «Вантажівку викликано, але не використано». У тлумаченні виразу українською мовою подано не пояснення його значення, а умови ситуативного вживання: використовується у випадках, коли вантаж не забрано з причин, що не залежать від водія (вантаж забрав інший водій, док було зачинено тощо). Для логістики транспортних перевезень це дуже важливо, оскільки в такому разі водію повинні оплатити пальне. Саме акцент на контекстуальному вживанні і значенні сленгізмів у конкретних ситуаціях визначає специфіку запропонованого електронного словника.

На наступному скріншоті представлено тлумачення специфічного вербально-невербального позначення (див. Мал. 5).

Малюнок 5

Словникова стаття літерно-цифрового позначення «10 to 4»



У цьому випадку реєстрове слово має знакову природу, але вербальні елементи поєднано з невербальними. Вираз «10 to 4» у списку реєстрових слів посідає першу позицію, оскільки починається з цифрового елемента. У рядку тлумачення англійською мовою наявні варіанти цього знакового утворення як 10–4, 10/4, T4. У перекладі вказано значення цього знака: «повідомлення прийнято», а в дефініції українською мовою описано контекстуальне вживання. Вирази «10 to 4», «10/4» і «10-4» є часто використовуваними в радіозв'язку або СВ-радіо (Citizens Band radio), особливо серед водіїв вантажівок і автоперевізників. Ці фрази є скороченням

для підтвердження розуміння або запиту підтвердження розуміння іншого користувача мережі. Походження цього виразу пов'язують з радіозв'язком та скороченнями, що використовувалися у водійській спільноті. Фраза «10-4» походить з коду «Ten-codes», системи скорочень для розмов на радіо, яка широко використовувалася в транспортній індустрії. «10-4» в цій системі кодів означає «зрозуміло». Інші варіанти, такі як «10 to 4», «10/4», також можуть використовуватися як альтернативні варіанти для «10-4», але мають таке ж значення.

На останньому скріншоті зафіксовано словникову статтю для поширеної у професійному мовленні водіїв аббревіатури ELD (див. Мал. 6).

Малюнок 6

Словникова стаття аббревіатури «ELD»



Абревіатура подана в словнику за абеткою в навігаційній панелі ліворуч, а у дефініції англійською мовою наведено не лише її розшифрування, а й значення. ELD означає «*Electronic Logging Device*» (електронний пристрій реєстрації) і є цифровим пристроєм, який використовується в транспортній індустрії для запису часу руху, відпочинку і часу очікування водіїв комерційних транспортних засобів, таких як вантажівки та автобуси. Це обов'язковий пристрій для відстеження робочого часу водіїв, і його використання стало обов'язковим в Сполучених Штатах Америки для дотримання федеральних правил безпеки на дорогах. ELD автоматично реєструє час руху транспортного засобу, перерви, відпочинок і інші

діяльності водія. Цей пристрій допомагає уникнути можливих порушень часу роботи, забезпечує точні дані про години роботи водія і сприяє підвищенню безпеки на дорогах. ELD допомагає автоматизувати процес реєстрації робочого часу, спрощує ведення журналу водія і сприяє дотриманню правил і регуляцій, що стосуються годин водійської діяльності. Зрозуміло, що зручніше використовувати аббревіатуру замість трикомпонентного словосполучення, тому ця лексема є дуже поширеною в мовленні водіїв вантажівок: вони повинні контролювати час, проведений у дорозі, щоб не було порушень норм праці, оскільки це фіксується автоматично ELD. Це пояснення представлено в частині словника, де подано українську дефініцію, оскільки в українських реаліях такий тип контролю руху не є актуальним.

Отже, наш електронний англо-український словник сленгу водіїв містить реєстрове слово англійською мовою з дефініцією та переклад українською мовою з дефініцією. Словник розміщений на веб-порталі електронних словників, складається з навігаційної панелі реєстрових слів та тлумачень англійською та українською мовою. Репрезентація словника уможлиблює його доповнення, коригування та уточнення дефініцій, легке користування та скерування на широку аудиторію.

ВИСНОВКИ

Дослідження фахового мовлення в соціолінгвістичному аспекті потребує врахування низки чинників, що впливають на формування та функціонування фахової мови. У більшості професійних сфер, передусім пов'язаних із застосуванням комунікативних навичок, спілкування здійснюється як з опертям на ресурси літературної мови, так і загальнонаціональної. Це передбачає залучення жаргонізмів, сленгізмів, просторіччя, діалектизмів у комунікації певних груп людей, зокрема об'єднаних на підставі чинника професійної діяльності. Проаналізувавши основні соціолінгвістичні концепції професійного спілкування, ми з'ясували, що на позначення професійного мовлення у лінгвістиці вживають терміни «фахова мова / підмова», «професійна мова / мовлення» «соціолект», «професійний жаргон», «професійний сленг», «інтержаргон». Кожний з цих термінів має підстави для використання на позначення комплексу мовленнєвих явищ, ми для дослідження обрали термін «сленг» у дефініції «професійний сленг». Потрактуюємо сленг з опертям на визначення Л. Ставицької як комплекс мовних одиниць, за допомогою яких мовці ідентифікують себе з певними соціальними та професійними групами. Сленг становить експресивний шар нелітературної лексики та характеризується певним соціальним обмеженням, він не має чіткої соціально-професійної спрямованості, ним можуть користуватися представники різного соціального та освітнього статусу, різних професій тощо.

Професійний сленг розглянуто як вияв фахової мови водіїв, що ґрунтується на загальноповживаній мові та знаходиться в стані постійного взаємодії з нею. Його характерною особливістю є наявність спеціалізованої лексики та іноземних слів (фахового словника), які рідко вживаються поза межами цієї сфери чи використовуються з іншими чи специфічними значеннями. Характерними рисами фахового мовлення водіїв є технічні терміни, пов'язані з автомобільною технікою, дорогами, вантажами та різними аспектами перевезення; професійні сленгізми та жаргонізми;

лаконічність і редукованість мовлення, що зумовлена обмеженням повноцінною комунікації під час руху; наявність команд та інструкцій під час спілкування з диспетчерами; етикетність комунікативної взаємодії з клієнтами і диспетчерами. Фахова лексика в галузі транспортних перевезень відрізняється великою кількістю термінологічних одиниць: з розширенням міжнародних зв'язків, зокрема транспортних, виникають нові лексичні конструкції для позначення сучасних видів транспорту, засобів та систем перевезення, регулювання процесів вантажного обігу й інших аспектів цієї діяльності.

Грунтуючись на розумінні сленгу як соціолінгвістичного поняття, ми застосували його щодо професійного мовлення учасників транспортних перевезень. Матеріалом для аналізу стали аудіозаписи і тексти повідомлень у месенджерах, зібрані особисто автором магістерської роботи під час роботи диспетчером у міжнародній логістичній компанії (онлайн, у місті Одеса, в 2022–2023 роках). Загалом проаналізовано понад 30 годин аудіозапису та понад 500 повідомлень. Інформантами виступили водії (5 осіб), з якими автор роботи безпосередньо спілкувався під час організації транспортних перевезень. Серед водіїв четверо володіють англійською мовою як рідною, один водій рідною мовою назвав іспанську. До завдань диспетчера належав пошук замовлень для водіїв (і водії, і замовлення територіально розташовані у США), що передбачало багатовимірну комунікацію – як письмову, так і усну – з боку диспетчера як ініціатора інтеракцій. Спілкування передбачало як власне професійні теми (характеристика замовлення, умови і терміни перевезення, проблеми технічного характеру тощо), так і побутові, наприклад, обговорення особистісних проблемі сімейного статусу.

На підставі аналізу записів спілкування з водіями та безпосередніх вражень було виокремлено основні риси комунікативного портрету водія, що охоплює такі риси: мовленнєва поведінка (стиль, лексичне наповнення і тон голосу, індивідуальні особливості мовлення, вимова звуків, темп, чіткість, гучність тощо); вміння висловлювати думки, вміння слухати і розуміти

інших; дотримання прийнятих норм спілкування, традицій, навичок взаємодії в певній культурі чи середовищі; реагування на різні комунікативні ситуації; психологічний тип комуніканта.

На підставі зібраного матеріалу було виокремлено 88 слів, словосполучень і фраз, що характерні виключно для професійного мовлення водіїв та використовуються ними у спілкуванні з диспетчером. Це дозволило представити матеріал у формі таблиці, яка слугувала підґрунтям для наповнення електронного словника сленгу американських транспортних перевізників. Розроблення словника передбачало врахування таких принципів: скерування на фахівців у галузі соціолінгвістики, перекладачів і працівників сфери транспортної логістики; ретельний аналіз та збір сленгових виразів, термінів, вживаних у професійній галузі; подання для кожного терміна пояснення або визначення, а також можливих прикладів вживання в контексті; вибір напряму словника від англійської мови до української, тому в кожній словниковій статті представлено англійську лексеми (вираз) з тлумаченням значення та український відповідник, також з тлумаченням значення; забезпечення постійного оновлення словника, легкого доступу до нього через зрозумілу структуру та зручний пошук необхідних термінів.

Доступ до електронного словника є вільним після реєстрації на порталі: lexopomy.eu. Словник охоплює окремі лексеми, аббревіатури, словосполучення і сталі вирази. За можливості ми спиралися на тлумачні словники англійської та української мов. У разі відсутності потрібних лексем або значень надавали власні дефініції лексем та виразів. Для лексикографічного опису кожної сленгової лексеми ми діяли за такою схемою: реєстрова одиниця англійською мовою (слово або вираз) – дефініція одиниці (англійською мовою) – паспортизація (за наявності) – переклад українською мовою – тлумачення українською мовою. Словник готовий для користування фахівцями у галузі транспортних перевезень та прислужиться у мовознавчих дослідженнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антошкіна Л. І., Красовська Г. М., Сигеда П. І., Сухомлинов П. М. Соціолінгвістика: навчальний посібник. Донецьк: ТОВ Юго-Восток ЛТД, 2007. 360 с.
2. Бакуменко Л. Про традиції і розвиток жаргону в Україні. *Рідний край*. Полтава, 2002. № 2. С. 40–43.
3. Белаш А. В. Сленг та його роль у сучасній комунікації. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. Філологічні науки. Луганськ, 2012. № 9. С. 12–16.
4. Бондаренко К. Л. Назви грошей в українській та англійській сленгових картинах світу. *Вісник Сумського державного університету*. Серія «Філологічні науки». Суми: СумДУ, 2007. С. 68–72.
5. Бондаренко К. Л. Українська та англійська сленгові мовні картини світу. *Нова філологія*. Запоріжжя: ЗНУ, 2007. С. 97–104.
6. Борис Д. П. Визначення сленгу у вітчизняній та зарубіжній термінологічних традиціях. *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2015. Вип. 51. С. 72–83.
7. Бугера О. А. Соціальні діалектизми: історія розвитку та теоретичного опрацювання. Філологічні студії. *Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. Кривий Ріг, 2011. Вип. 6 (2). С. 30–38.
8. Гардицька Т. С. Соціолінгвістичні особливості професійних жаргонізмів (на матеріалі української, російської та англійської мов). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2018. № 37. Т. 2. С. 20–23.
9. Гірняк С. П. Особливості соціолекту як системно-структурного явища. *Вісник Донецького національного університету*. Серія Б. Гуманітарні науки. Донецьк, 2012. С. 146–155.

10. Горбач О. Арго в Україні. Львів: Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2006. 688 с.
11. Гордієнко Н. Українська тлумачна лексикографія: сучасний стан і перспективи розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»*. 2010. Вип. 11. С. 15–21.
12. Грабовий П. До проблеми лексикографічної фіксації сленгу. *Мова та історія*. Київ; Умань: ПП Жовтий, 2009. Вип. 109. С. 13–20.
13. Грабовий П. М. Ключові лексеми українського молодіжного сленгу. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2009. Вип. 20. С. 138–140.
14. Грабовий П. М. Український молодіжний сленг як лінгвокультурний феномен. *Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті академіка Леоніда Булаховського*. 2010. Вип. 11. С. 34–38.
15. Грабовий П., Мосенкіс Ю. Місце сленгу в суспільстві. *Мова та історія*. Київ; Умань: ПП Жовтий, 2009. Вип. 111. С. 24–30.
16. Дарчук Н. П., Лангенбах М. О. Електронний словник як дослідницька база даних (на прикладі електронного словника мови Тараса Шевченка). *Мовні і концептуальні картини світу*. 2014. Вип. 50 (1). С. 442–447.
17. Д'яков А., Кияк Т., Куделько З. Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. Київ: Academia, 2000. 218 с.
18. Дмитрієв С. В. Когнітивно-ономасіологічний аналіз номінацій особи в сучасних українських соціолектах: дис. канд. філол. наук. Одеса: ОНУ імені І. І. Мечникова, 2015. 324 с.
19. Енциклопедія українознавства: в 11-ти т. / гол. ред. В. Кубшович. Львів: Молоде Життя, 1993. Т. 2. 800 с.
20. Єрмоленко С. Вивчення жаргонізмів. *Українська мова та література*. Київ, 2004. № 38. С. 11–13

21. Зірка В. В., Зінукова Н. В. Функції соціолектів у сучасному медійному дискурсі: питання перекладу. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. 2014. С. 54–61.
22. Ілік Т. Соціальні варіанти мови та їх термінологічне окреслення. *Мовознавчі дослідження: збірник наук. праць*. Донецьк, 2000. С. 67–73.
23. Кияк Т. Р. Фахові мови та проблеми термінознавства. *Нова філологія. Збірник наукових праць*. Запоріжжя: ЗНУ, 2007. № 27. С. 203–208.
24. Лебедева Т. Б., Рябова А. В. Професійний сленг як альтернатива термінології в автомобільній концептосфері (на матеріалі англійської мови). *Вісник Херсонського державного університету*. 2010. Вип. 928. С. 27–32.
25. Мартос С. А. Сленг як об'єкт соціолінгвістичних досліджень. *Південний архів: Філологічні науки*. Херсон: Айлант, 1999. Вип. V–VI. С. 46–52.
26. Мартос С., Олексенко В. Мовна гра як засіб сленгового словотворення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія “Лінгвістика”*. Херсон: Вид-во ХДУ, 2008. Вип. 8. С. 98–102.
27. Масенко Л. Т. Нариси з соціолінгвістики: посібник. Київ: Києво-Могилянська академія, 2010. 242 с.
28. Матвіяс І. Г. Діалектна основа лексики і фразеології в українській літературній мові. *Мовознавство*. 2007. № 3. С. 23–27.
29. Мацюк Г. Соціолінгвістика як інтеграційний напрям досліджень в умовах сучасної парадигми: міжнародний досвід й українська перспектива. *Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки (мовознавство)*. 2012. Том. 137. С. 28–34.
30. Мацюк Г. Сучасна соціолінгвістика: тенденції в розвитку теорії і завдання. *Мова і суспільство*. 2010. Вип. 1. С. 5–20.
31. Миколенко Т. М. Гендерна специфіка сленгового мовлення. *Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені*

- Володимира Гнатюка.* Серія Мовознавство. Тернопіль, 2004. Вип. 1 (11). С. 145–149.
32. Ніколенко А. Г. Соціальні аспекти мовлення. Вінниця: Нова книга, 2005. 256 с.
33. Олікова М. О. Словник соціолінгвістичних та етнолінгвістичних термінів. Луцьк: РВВ. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2010. 364 с.
34. Редько Є. О. Соціальні діалекти (арго, жаргон, сленг): методичні рекомендації до міжфакультетської вибіркової дисципліни. Харків, 2020. 98 с.
35. Римашевський Ю. Соціолінгвістика і лінгвокультурологія: спільне й відмінне у підходах до вивчення взаємодії мови і культури. *Мова і суспільство*. 2010. Вип. 1. С. 31–37.
36. Руденко М. Ю. Арго, жаргон, сленг у європейському й американському мовознавстві: історія і сучасний стан дослідження: дис. канд. філол. наук. Слов'янськ: Донбаський державний університет, 2019. 270 с.
37. Руденко М., Коротяєва І. Американський сленг як спосіб комунікації. Сфери використання сленгу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип 46, Т. 2. С. 92–97.
38. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
39. Селіверстова К. Т. Підготовка галузевих словників: здобутки і особливості методики укладання перекладного словника. *Архіви України*. 2013. № 5. С. 25–62.
40. Сінкевич Н. М. Сучасний електронний український словник як база лінгвістичного аналізу слова. *Дослідження з лексикології і граматики української мови*. 2011. Вип. 10. С. 240–244.
41. Словник сучасного українського сленгу / Упор. Т. М. Кондратюк. Харків: Фоліо, 2006. 350 с.
42. Словник української мови в 11 томах. Київ: Наукова думка, 1970–1980.

- 43.Смірнова Т. В. Термінологічні проблеми перекладу на прикладі фахової мови транспорту. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. 2015. Вип. 54. С. 293–295.
- 44.Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови. Київ: Критика, 2005. 464 с.
- 45.Ставицька Л. Про взаємодію жаргону і сленгу. *Українська мова та література*. Київ, 2000. № 15. С. 19–21.
- 46.Ставицька Л. Українська мова без табу: словник нецензурної лексики та її відповідників. Київ: Критика, 2008. 456 с.
- 47.Ставицька Л. Український жаргон. Словник. Київ: Критика, 2005. 496 с.
- 48.Таран О. С. Арго – жаргон – сленг – загальний сленг. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. Хмельницький, 2019. Вип. 16. С. 189–192.
- 49.Таран О. С. Лексикографічна розробка соціолектів української мови: стан, проблеми, перспективи. *Slovo v kultuře a kultura ve slově: kolektivní monografie*. Olomouc, 2016. S. 335–374.
- 50.Таран О. С. Психолінгвальні чинники функціонування сленгових одиниць. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. Poznań: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 2013. № 2. S. 121–128.
- 51.Третяк Н. В. Жаргонна лексика в друкованих ЗМІ (номінативно-експресивна функція). Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2012. 183 с.
- 52.Українська мова: енциклопедія / В. М. Русанівський, О. О. Тараненко. Київ: Українська енциклопедія, 2004. 824 с.
- 53.Фурса О. С. Український молодіжний сленг як динамічний феномен: стан та перспективи дослідження, мовні контакти, галузі сленгу. Київ: Альфаdruk, 2008. 52 с.

- 54.Черниш О. Мікрорівнева організація електронного багатомовного термінологічного словника. *Львівський філологічний часопис*. 2020. Вип. 8. С. 197–203.
- 55.Adams M. *Slang: The People's Poetry*. Oxford: Oxford University Press, 2009. 256 p.
- 56.Anderson D. *The book of slang*. New York: Jonathan David Publishers, Inc., 1975. 178 p.
- 57.Barrère A. A., Leland Ch. G. *Dictionary of Slang, Jargon, and Cant, Embracing English, American, and Anglo-Indian Slang, Pidgin English, Tinkers' Jargon and Other Irregular Phraseology*. Detroit, 1967. Vol. 1. XXIII+528 p.
- 58.Baumann H. *Londonismen (Slang and Cant)*. Wörterbuch der Londoner Volkssprache sowie der üblichsten Gauner-, Matrosen-, Sport- und Zunftausdrücke. Mit Einleitung und Musterstücken. Ein Supplement zu allen Englisch-Deutschen Wörterbüchern von H. Baumann. Berlin – Schöneberg, 1902. CXVI+285 s.
- 59.Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary>.
- 60.Chapman R. L. *American Slang*. New York: Harper & Row, Publishers, 1987. 499 p.
- 61.Chapman R. L. *Dictionary of American slang*. New York: Harper Collins Publishers, 1995. XXII, 617 p.
- 62.Coleman J. *The Life of Slang*. Oxford: Oxford University Press, 2012. 354 p.
- 63.Delaplace D. *Bruant et l'argotographie française*. P.: Honoré champion, 2004. 305 p.
- 64.Farmer J. S., Henley W. E. *Dictionary of slang and colloquial English*. New York: Dutton & Co., 1929. VIII, 533 p.
- 65.Gadet F. *Le français populaire*. Paris: PUF Fondamental, 1992. 127 p.
- 66.*Global English Slang. Methodologies and Perspectives*. Ed. by J. Coleman. London: Routledge, 2014. 256 p.

67. Halliday M. A. C. *Language as Social Semiotic: the social interpretation of language and meaning*. London: Edward Arnold, 1978. 256 p.
68. Hotten J. C. *A Dictionary of Modern Slang, Cant and Vulgar Words, Used at the Present Day in the Streets of London*. L., 1860. 300 p.
69. Hotten J. C. *The Slang Dictionary*. New York: Roman and Littlefield, 1972. 382 p.
70. Ivas I. *Ideologija u govoru*. Zagreb: Hrvatsko filozofsko drustvo, 1988. 267 s.
71. Lighter J. E. *Random House Historical Dictionary of American Slang*. N. Y.: Random House, 1994. Vol. 1. XXXIX+1006 p.
72. Lighter J. *Historical Dictionary of American Slang*. New York: Random House, 1994.
73. Mencken H.L. *The American language. Supplement One*. New York, 1961. 890 p.
74. Montgomery M. *An introduction to language and society*. London: Routledge, 1995. XXIX, 272 p.
75. Partridge E. *A dictionary of slang and unconventional English*. New York: Macmillan Publishing Co., 1984. XXIX, 1400 p.
76. Partridge E. *Slang Today and Yesterday*. London, 1960. 479 p.
77. Partridge E. *Usage and Abusage: A Guide to Good English*. L.: Penguin Books, 1999. 401 p.
78. Platt J. T. *Sociolects and their pedagogical implications*. *Regional Language Staff Center Seminars*. 1978. Vol. 9 (1). P. 28-38.
79. *Random House historical dictionary of American slang*. Vol. 1, A-G. New York: Random House, 1994. LXIV, 1006 p.
80. Robertson S. *The Development of Modern English*. N. Y.: Prentice-Hall, 1945. 571 p.
81. Romaine S. *Language in Society: An Introduction to Sociolinguistics*. Oxford: Oxford University Press, 1994. 235 p.

82. Smakman D. *Discovering Sociolinguistics: From Theory to Practice*. London: Bloomsbury Publishing, 2017. 307 p
83. Spears R. A. *Slang and Euphemism*. N. Y., 1981. XXVIII+448 p.
84. Spears R. *NTC's Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions*. National Textbook Company; McGraw-Hill, 2000. 577 p.
85. *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*. Ed. by Mesthrie Rajend. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 336 p.
86. *The Handbook of Historical Sociolinguistics*. Ed. by Hernández-Campoy Juan Manuel, Conde-Silvestre Juan Camilo. London, 2012. 674 p.
87. Thorne T. *Dictionary of Contemporary Slang* / Ed. by T. Thorne. London: A&C Black Publishers Ltd., 2005. 512 p.
88. Trudgill P. *On Dialect: social and geographical perspectives*. New York: New York University Press, 1983. 240 p.
89. Trudgill P. *Sociolinguistics: An Introduction to Language and Society*. London: Penguin Books, 2000. 222 p.
90. Wardhaugh R. *An Introduction to Sociolinguistics*. Cornwall, UK: Blackwell Publishing, 2006. 426 p.
91. Wentworth H., Flexner B. S. *Dictionary of American Slang*. New York: Thomas Y. Crowell Publishers, 1975. XVIII, 766 p.
92. Wolfram W.A., Fasold R.W. *The study of social dialects in American English*. Englewood Clifts (N.J.): Prentice-Hall, 1974. XV, 239 p.



Сертифікат

засвідчує, що **Кучма Гліб** успішно завершив навчання на онлайн-курсі «Комп'ютерна лексикографія» в межах проєкту «Шість курсів з цифрової української філології» (<https://www.ukr.uni-jena.de>), виконавши повний обсяг завдань, та набрав 92 бали зі 100 й отримав оцінку «відмінно» (А).

Обсяг курсу – 90 год. (3 кредити ECTS)

Тривалість курсу: вересень — грудень 2022 року (осінній семестр)

Завідувачка кафедри прикладної лінгвістики
НУ «Львівська політехніка»

проф. О.П. Левченко

Лекторка курсу:
доцент кафедри прикладної лінгвістики
НУ «Львівська політехніка»

доц. М.О. Шведова