

Список использованной литературы

1. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни языка / Н. Д. Арутюнова // Проблемы структурной лингвистики. 1982. – М., 1994. – С. 34–67.
2. Кожина М. Н. Стилистика русского языка / М. Н. Кожина. – М. : Просвещение, 1983. – 223 с.
3. Лихачев Д. С. Земля родная: книга для учащихся / Д. С. Лихачев. – М. : Просвещение, 1983. – 256 с.
4. Лихачев Д. С. Культура Руси времени Андрея Рублёва и Епифания Премудрого (конец XIV – начало XV в.): монография / Д. С. Лихачев. – М. : АН СССР, 1962. – 194 с.
5. Лихачёв Д. С. Письма о добром и прекрасном / Д. С. Лихачев. – М. : Детская литература, 1985. – 207 с.
6. Лихачев Д. С. Поэтика древнерусской литературы / Д. С. Лихачев. – М. : Наука, 1979. – 360 с.

Гамалі О. І., Каневська О. Б. Аксиологічний аспект вивчення мови праць Д. С. Лихачова: емоційно-оцінні засоби.

Анотація

У статті в аспекті аксіологічної картини світу описано засоби репрезентації емоційності й оцінності у наукових і науково-публіцистичних творах академіка Д. С. Лихачова: емоційно-оцінну лексику (іменники, прикметники, прислівники тощо), тропи (поетизми, метафори, порівняння тощо), а також риторичні фігури (повтори, риторичні вигуків та запитання тощо).

Ключові слова: Д. С. Лихачов, аксіологічна картина світу, індивідуальний стиль, категорія оцінки, емоційно-оцінна лексика, тропи, риторичні фігури.

Hamali O. I., Kanevska O. B. Axiological aspect of studying D. S. Likhachev's works: emotional and attitudinal means.

Summary

The object of the study are emotional and attitudinal means, constituting D. S. Likhachev's axiological world view. The background of the article is determined by the lack of similar studies in Stylistics, Cognitive Linguistics, and Lexicology.

The main purpose of the article is to identify and describe the collection of emotional and attitudinal means in the scientific and publicistic works by academician D. S. Likhachev.

The works «Native Land», «The Letters about the Kind and Beautiful», «The Culture of the Rus in the Era of Andrey Rublev and Epiphanius the Wise (late 14th – early 15th centuries)», «The Poetics of the Old Russian Literature» became the object of the research of the problem of the emotional and attitudinal means functioning.

The analysis showed that in D. S. Likhachev's scientific and publicistic works the emotional and attitudinal vocabulary is actively used as a means of the author's argumentation intensification and persuasive expression of thoughts: a) for the positive (critical) characteristic of the works of a particular scientist; b) for the attitudinal characteristic of the research objects.

Academician D. S. Likhachev's works feature clearly defined attitudinal and emotional means, which are represented by a wide range of emotional and attitudinal vocabulary and multiple figures of speech, rhetorical figures, etc. The emotionality of the author is best expressed, when he speaks about culture, ecology, and historical memory.

Key words: D. S. Likhachev, axiological world view, individual style, attitudinal category, emotional and attitudinal vocabulary, figures of speech, rhetorical figures.

УДК 81'27+81'373

Гарлицька Т. С.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської мови з методикою викладання
Криворізького педагогічного інституту
ДВНЗ «Криворізький національний університет»
E-mail: vinkr75@mail.ru

МОВА ЗМІ ЯК ОДИН ІЗ ВИЯВІВ КУЛЬТУРНОЇ СВІДОМОСТІ МІСТЯН (НА МАТЕРІАЛІ МІСЬКОЇ ПЕРІОДИКИ)

Стаття присвячена дослідженню міського мовлення на матеріалі української, російської та англійської періодики. Виявлено основні групи ненормативних лексико-фразеологічних одиниць, які є віддзеркаленням мовної та культурної свідомості містян кожної з досліджуваних націй.

Ключові слова: жаргонна лексика, жаргонні фразеологізми, інішомовні запозичення, міське мовлення, культурна свідомість.

У сучасному урбанізованому світі посилення уваги лінгвістів до мови засобів масової інформації кінця ХХ – початку ХХІ ст. є цілком виправданою, адже сьогодні мас-медійні засоби

займають місце мовного авторитету для значної частини соціуму в багатьох країнах. Вони не лише впливають на формування літературної мови, але й є невід'ємним елементом соціального буття сучасної людини, активним виразником міської свідомості та посередником у формуванні мовного побуту та культури міста, оскільки місто, інформація, мова і культура – «взаємозалежні поняття, безпосередньо пов'язані з проблемою існування та розвитку сучасного суспільства, проблемою духовної та соціальної екології» [2, с.103].

Незважаючи на достатню кількість праць вітчизняних та зарубіжних урбанолінгвістів, присвячених опису мовної ситуації в окремих містах (Л. Педерсон (Чикаго), В. Лабов, Дж. Фішман (Нью-Йорк), К. Хандке (Варшава), Г. Хейке, Д. Карх (Кельн), К.-П. Розенберг (Берлін), В. Колесов (Санкт-Петербург), Б. Осипов (Омск), Л. Корновенко (Черкаси), Є. Степанов (Одеса), О. Палінська, Л. Підкуймуха (Львів)), функціонуванню соціолектів у мовленнєвій структурі міста (Г. Бойер, Р. Макдевід, Т. Єрофеева, Н. Копитіна, Т. Миколенко, С. Нередкова, І. Кудрейко), дослідженню різних видів міської комунікації (Н. Єгошина, Л. Кудрявцева, М. Навальна), практично недослідженою залишається проблема мови міської періодики у лінгвокультурологічному аспекті, що й зумовлює **актуальність** нашої роботи.

Мета нашого дослідження полягає у виявленні культурної свідомості містян крізь призму мови міської періодики. Поставлена мета передбачає вирішення наступних **завдань**: 1) визначити основні нелітературні лексико-фразеологічні одиниці міської преси та особливості їх функціонування; 2) установити причини вживання нелітературної лексики в мові періодики та її вплив на формування культурної свідомості містян; 3) порівняти міське мовлення преси різних країн та встановити основні тенденції його розвитку.

Сьогодні надзвичайно актуальним є дослідження некодифікованих субстандартних і ненормативних лексико-фразеологічних одиниць. Адже мовний процес кінця ХХ – початку ХХІ ст., який Т. Миколенко називає «жаргонним вибухом» [4], характеризується посиленням ролі неформальних, нелітературних елементів у мовленні, що викликано соціальним переустроєм, зміною мовних орієнтирів та цінностей суспільства. Як зазначає О. Семенюк, зміна умов соціального життя, трансформація суспільних цінностей у бік «матеріального життя», вихід на арену кримінального капіталу і кримінальних угруповань, набуття ними псевдопрестижного соціального статусу, чому сприяв і суспільний інтерес до цих явищ (увага ЗМІ, розробка кримінальної теми в кіно й масовій літературі тощо), – все це створило умови, у яких розповсюдження елементів жаргону значно активізувалося [5, с. 121]. Така активізація виявляється не лише в нестандартизації розмовної мови, а й у проникненні жаргону до інших стилістичних рівнів – мовлення засобів масової інформації і художньої літератури, що пов'язано з орієнтацією цих сфер на «масового читача» та видавничий успіх, а також послабленням цензури.

Однак полеміка, що точиться навколо понять та дефініцій, ролі маргінальних елементів у ЗМІ, їх зв'язку з літературною мовою, практично не враховує можливості їх впливу на культурну свідомість соціуму, що має вагоме значення в умовах сучасних мовних ситуацій у місті, для яких характерне постійне контактування різних соціальних та національних груп, культур, релігійних конфесій тощо. На важливості дослідження «мови міста» у лінгвокультурологічному аспекті наголошують такі мовознавці, як Т. Миколенко, М. Китайгородська, С. Мартос, С. Денисова, В. Ужченко, адже «мова є невід'ємним компонентом культури; зіставлення мови й культури взагалі та конкретної національної культури й конкретної мови виявляє певний ізоморфізм їхніх структур у функціональному й внутрішньоієрархічному плані» [3, 13]. Тому нагальним, на наш погляд, є дослідження міського мовлення різних країн, зокрема крізь призму міської періодики, що дозволить виявити спільні та відмінні риси у формуванні культурної свідомості різних націй.

Так, для порівняння ми обрали міську пресу України (газети «Україна молода», «Львівська газета», «День»), Росії («Комсомольская правда», «Аргументы и факты») та Англії («The Times», «Evening Standard») і виявили низку тотожних особливостей. Однією з типових та найпоширеніших рис, яку фахівці вважають одним із найдискусійніших явищ мовленнєвої культури, є жаргонізація

мови міської преси, що є свідомою настановою редакторів та журналістів на гру зі словом, на приваблення читацької аудиторії. Незважаючи на негативне ставлення частини мовознавців до жаргонних елементів як «мови безкультур'я», їх поширення в мові ЗМІ засвідчує, що вони виходять за межі свого традиційного усно-розмовного вживання в соціальних діалектах і слугують засобом експресивізації газетних текстів, виконують оцінну функцію, створюють стилістичний контраст між жаргонними і літературними компонентами, сприяють реалізації принципу діалогічного мовлення, тобто контактостановлення з читачем, оскільки вживання цих слів є засобом стилізації неофіційного, невимушеного спілкування. Ми підтримуємо думку Л. Ставицької, що «жаргонний лексикон в усьому своєму соціосемантичному розмаїтті – це не просто «холодини» словникових значень, а своєрідна картина світу, потужна семіосфера певного часового зрізу культури, що відкриває у слові смислову перспективу як концентрат соціокультурного, духовного, психологічного клімату епохи» [6, с. 9].

Деякі лінгвісти (Л. Ставицька, Н. Третяк, Н. Трач) наголошують на функціонально-стилістичному потенціалі жаргонної лексики, який пов'язаний «з потужною сміховою першоосновою, що є складником культури» [6]. І дійсно, використання жаргонних елементів у мові преси викликоне переважно бажанням журналістів створити комічний ефект, надати іронічності висловлюванню. Наприклад: *Банку стягнення заборгованості виявилось замало, він зажадав «віджати» чужу нерухомість ...* (ЛГ, 8.10.2015); *У світі є безліч коворкінгів, де нема красивих дизайнів, своїх **фішок**, але там завжди багато людей* (ЛГ, 22.02.2016); *Любителі бань обычно похваляються друг перед другом ... Это не что иное, как дешёвые **понты*** (АиФ, 30.12.2015); *Жулики работают по старым проверенным схемам. Самый популярный и простой способ **разводки** – изобразить небольшое столкновение ...* (КП, 1.03.2016); *... they would have definitely taken a point prior to **kick off** (починати), so will take some heart from that* (ТТ, 26.09.2015); *... for that you'll get 52 pairs of shoes, the use of a personal shopper and first **dibs** (гроші) on new products* (ТТ, 12.11.2014). Однак сьогодні в українській, російській та англійській пресі простежується тенденція до зловживання жаргонними одиницями, зокрема кримінальним арго та словами-табу (*шпилити, фігарити, понтуватися, ніштяк, ходка; волина, мусорня, наколяк, профура, убитьсья, шмара; bullocks* – «мошонка», *blow* – «доносити», *business* – «убивство»), що є абсолютно недопустимим в еталонному публіцистичному стилі, адже пропагування таких елементів програмує людей, особливо молодь, на «блатний» світ, який, по суті, є антисвітом. Надмірна кількість сленгу в ЗМІ свідчить про те, що він зароджується на вершині соціальної піраміди, а потім розповсюджується до її основи, що має негативний вплив на культуру мовлення будь-якої нації.

Оскільки сучасні ЗМІ дотримуються тенденції лібералізації мови, унаслідок чого вони перестали бути зразком красивого, грамотного, літературного мовлення, на шпальтах українських та російських газетних видань, поряд із жаргоном, знаходимо достатню кількість просторічних слів та виразів, які дуже часто важко відрізнити від сленгових, однак вони мають більш фамільярне забарвлення і частіше використовуються в усному мовленні. Наприклад: *Такі пляшечки фігурові поставили – «Кока-кола»! Всі п'ють – **балдіють**. Я ковтнув – така гидота, хлопці, **капець!*** (ЛГ, 8.02.2016); *На Львівщині дали догану вчительці, яка на уроці **відгамселила** учня* (ЛГ, 4.12.2015); *Він – самоук, який чимало взяв насамперед від своєї бабусі, яка творила вишивки «з **голови**»* (ЛГ, 19.02.2016); *Эта саратовская «**трёшка**» на сайте объявлений появилась 8 февраля* (КП, 1.03.16); *Представьте, как **ахнут** ваши друзья, как только зайдут сюда* (КП, 1.03.2016); *Бен Ладен боялся, что в портфель встроили «**жучки**»* (АиФ, 1.03.2016). Таке «панібратське» мовлення свідчить про простоту, невимушеність, певну безцеремонність та відкритість українців і росіян, на відміну від англійців.

Важливим виразником культурної свідомості українців і росіян є також політичний жаргон та просторіччя, однак у сучасній конфліктній ситуації, що склалася між Україною і Росією, по-різному виражається менталітет цих двох націй. Так, український народ віддавна славиться добрим почуттям гумору, тому основною функцією політичного жаргону є висміювання, іронія та вираження

негативного ставлення до описуваних подій: *Щоб не було фальшувань та «накручування голосів», у міській раді придумали зрозумілу ідентифікацію ініціатора чи підписника петицій* (ЛГ, 22.02.2016); *Загалом закон № 3700 ставили на голосування 18 (!) разів, а в день, коли його змогли нарешті «проштовхати» крізь Раду, позитивному голосуванню передували п'ять безрезультатних спроб* (УМ, 26.02.2016); *... на наше переконання, існують простіші та дієвіші методи, які дозволяють «прив'язати» депутата до його партії* (УМ, 26.02.2016); *Інформація щодо Луценка скоріше за все є «качкою», запущеною для того, аби виміряти градус настрою у суспільстві* (УМ, 24.02.2016). Як свідчать приклади, незадоволення українців скероване переважно на українських політиків, негативні настрої у бік Росії українці спрямовують лише на Путіна чи Москву, яка є його уособленням, а відсутність лайливих слів зайвий раз доводить стриманість та миролюбність українського народу: *На думку міністра, все це Москва робить для того, щоб «політично дестабілізувати Україну» ..., а також для того, щоб мати можливість постійно розкручувати за його допомогою проблеми для України* (УМ, 24.02.2016); *Україна відмовляється виконувати московські «хотєлки», не прописані в Мінських домовленостях* (УМ, 24.02.2016); *«Попереднікі» Путіна* [заголовок] (День, 28.01.2016). Натомість у російських газетах абсолютно відсутня політична лексика із негативною конотацією, коли йдеться про російських політичних діячів, що пояснюється страхом росіян перед владними структурами та жорсткою цензурою періодики. Однак таку стриману позицію російські журналісти компенсують уживанням лайливих та образливих лексем не лише стосовно українських політиків, але й всього українського народу та США, що підтверджує ворожість росіян до інших народів та бажання постійно доводити власну зверхність і могутність. Наприклад: *Неугомонный Киев, оглядываясь, где бы и у кого еще можно отжаты деньжат в свой дырявый карман, на полном серьезе решил срубить гривен с монголов* (КП, 1.03.2016); *Однако активной свидомой общественности пора понять, что Петр Алексеевич плоть от плоти майдануных и майдана* (КП, 1.03.2016); *После «дела Бута»и других случаев захвата российских граждан по всему миру Россия вряд ли снимет неприкосновенность со своего дипломата, даже если он публично отвесит пендель кому-нибудь из американских сенаторов* (АиФ, 6.12.2013).

Ще однією тотожною рисою міської періодики трьох досліджуваних країн є наявність у ній достатньої кількості жаргонних фразеологізмів, найбільша кількість яких трапляється в українських газетах, причиною чого, за словами Л. Ставицької, є те, що пострадянський час злегалізував «заборонений плід» жаргону, і це свято вербальної свободи вповні виявилось у словесній творчості журналістів, у якій жаргонізми були залучені в систему естетичного словоперетворення (велика кількість метафор, порівнянь, інших образних структур); тут вкотре дала про себе знати естетична домінанта української психокультури [6, с. 9]. Жаргонні фразеологізми не лише допомагають встановити зв'язок між автором та читачем, але й надають висловлюванню експресивності, образності, виразності, позбавляють тексти буденності та штампованості. Слід зауважити, що в українській періодиці фразеологічні жаргонізми трапляються у всіх сферах (економічній, спортивній, суспільній, автомобільній), але найбільша їх кількість є у сфері політики, що вкотре пояснюється незадоволенням українців своєю політичною системою; до складу цих фразеологізмів входять переважно слова на позначення побутових речей, що підтверджує простоту, постійну зайнятість українців та їх прагнення до комфорту: *Уряд упродовж останнього року послідовно та систематично «скидає» зі своїх плечей фінансування окремих галузей* (ЛГ, 22.02.2016); *Свою неготовність до матчу екстра-класу найбільше продемонстрував Денис Гармаш, який, опинившись на звичному місці в центрі поля, почувався там абсолютно не в своїй тарілці* (УМ, 26.02.2016). У російській періодиці в основному тексти суспільної тематики сповнені жаргонних фразеологізмів; до їх складу входять переважно лексеми на позначення їжі та грошей, що підтверджує важливість цих компонентів для російського народу: *... после весёлого отмечания никто не должен сидеть полгода на гречке (максимум – пару месяцев)* (КП, 1.03.2016); *Уходили мы, как, видимо, многие клиенты до нас, с обещаниями подбить финансы и подумать* (КП, 1.03.2016). Англійські жаргонні фразеологізми можна зустріти переважно в текстах економічної та суспільної тематики; до їх складу

часто входять компоненти на позначення тварин, що підтверджує стереотипну думку про британців як про націю, що має надзвичайну любов та повагу до тварин: ... *the women go up from the city of Thebes to Mount Kithairon, tear bulls limb from limb* (жорстоко накинутися – іроніч.), *conjure water out of rocks and milk from the earth and are even able, in a frenzy, to uproot trees*(ТТ, 3.08.2015); *grab a date and sit up at the bar to watch the experts at work and take a gander* (витріщатися) *at their selection of beautifully-bottled house-made syrups and mixed liqueurs* (ES, 30.03.2015).

Ще одним процесом, що відбувається в сучасних національних мовах в цілому та в мові ЗМІ зокрема, є посилення іншомовних запозичень, особливо жаргонних американізмів. Щодо російської мови, то деякі вчені пояснюють це «відсутністю природної взаємодії, унаслідок чого отримуємо спотворену форму копіювання чи калькування, які у сфері мови породили жахливий феномен американізованого молодіжного сленгу ...» [1]: *Качество видеозвонков отменное, можно коннектиться ПК, Мас'ами и другими владельцами Kinect*(АиФ, 9.02.2011); *Рамочка из низкокачественных картинок роз, Эйфелева башня, торчащая, как факел, из головы вашей дамы, лицо которой «прифотошоплено» как-то уж совсем на скорую руку ...*(АиФ, 1.03.2016). Англійські газети теж сповнені (хоч у значно меншій мірі) жаргонними запозиченнями (*banshees* – ірланд., *bimbo* – італ., *boodle* – датське, *fair dinkum* – австрал.), особливо американськими, що, навпаки, пояснюється тісною взаємодією англійської й американської мов: *Hollywood actress Drew Barrymore was dealt a blow on Thanksgiving Day (27Nov14) when she was reportedly stopped by a police officer on suspicion of jaywalking* (порушувати морально-етичні норми)(DE, 28.11.2014); *Zellen hijacked* (завоювати силоміць) *an Air France Airbus with nearly 250 passengers on a flight from Athens to Paris* (ТТ, 21.10.2015). Прикро визнавати, що найбільша кількість англо-американських запозичень трапляється в мові українських газет (*інсайдер, хаб, демпінг, скетчбук, перформанс, смайл, меседж*), дуже часто журналісти вдаються до транслітерації, навіть не намагаючись перекласти ці поняття (*digital lab, off-line, event-hall*). Процес перенасичення української преси запозиченнями пояснюється не необхідністю заповнити мовні лакуни (адже частина запозичених лексем має питомі відповідники), а просто бажанням похизуватися своїми знаннями, мовною модою, визнанням англійської мови як більш престижної та, мабуть, мовними лінощами, що виражається у небажанні українців, зокрема молоді, шукати національні лексеми: *Там також будуть стрип-бокси, коворкінг, анти кафе ... У нас буде digital lab, де наші партнери презентуватимуть свої розробки* (ЛГ, 22.02.2016); *За словами організаторів, цінність проекту в тому, що ... мандрівники викладають свої фото, діляться «тревелхаками»*(ЛГ, 19.01.2016). Пуристи недаремно б'ють на сполох, адже кількість запозичень у міській пресі досліджуваних країн надзвичайно велика, тому «гостро постає питання про формування високої інформаційно-мовної культури, про збереження національних мовних традицій та культури мовлення» [2, с. 103].

Отже, крізь призму мовлення міської преси можна простежити культурні цінності та дух будь-якої нації. Так, українське міське населення постає безстрашним борцем із несправедливістю, що прагне до мирного, комфортного життя у власній країні (велика кількість політичного жаргону, лексеми на позначення побутових речей). Мовлення російської преси характеризує росіян як вороже налаштовану націю, яка намагається довести свою зверхність і могутність, підтвердженням чого є лайливі, образливі слова, жаргонізми, просторіччя та фразеологізми, спрямовані в бік українського народу і США. Англійське міське мовлення на сторінках періодики є віддзеркаленням консервативного світогляду англійців (менш строката та розмаїта лексико-фразеологічна словотворчість, обмежена кількість іншомовних запозичень) та підтвердженням стереотипної думки про них як про любителів тварин (наявність у структурі фразеологізмів та жаргонізмів компонентів на позначення тварин).

У подальших розвідках ми будемо досліджувати некодифіковані елементи крізь призму художнього мовлення сучасного міста.

Перелік умовних скорочень назв використаних джерел

АиФ – «Аргументы и факты»

КП – «Комсомольская правда»

ЛГ – «Львівська газета»

УМ – «Україна молода»

ТТ – «The Times»

ES – «Evening Standard»

Список використаної літератури

1. Белоусов В. Н. Новый «Пигмалион», или Русская речь в российских средствах массовой информации [Электронный ресурс] / В. Н. Белоусов. – Режим доступа : http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/kultura/28_67
2. Егошина Н. Б. Употребление сленгизмов в СМИ как результат лексического заимствования / Н. Б. Егошина // Известия высших учебных заведений. Серия : Гуманитарные науки. – 2013. – Вып. 4 (2). – С. 102–107.
3. Китайгородская М. В. Речь москвичей. Коммуникативно-культурологический аспект / М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова. – М., 1999. – 396 с.
4. Миколенко Т. М. Український міський сленг (на матеріалі мовлення тернопільців): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – укр. мова / Т. М. Миколенко. – К., 2006. – 23 с.
5. Семенюк О. А. Язык эпохи и его отражение в сатирико-юмористическом тексте : монография / О. А. Семенюк. – Кировоград : РИЦ КГПУ им. В. К. Винниченко, 2001. – 368 с.
6. Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови / Л. Ставицька. – К. : Критика, 2003. – 336 с.

Гарлицкая Т. С. Язык СМИ как одно из проявлений культурного сознания горожан (на материале городской периодики).

Аннотация

Статья посвящена исследованию городской речи на материале украинской, русской и английской периодики. Выявлены основные группы ненормативных лексико-фразеологических единиц, которые отображают языковое и культурное сознание горожан каждой из исследуемых стран.

Ключевые слова: жаргонная лексика, жаргонные фразеологизмы, иноязычные заимствования, городская речь, культурное сознание.

Harlytska T. S. Mass-media language as the expression of citizens' cultural consciousness (on the base of city newspapers).

Summary

The object of the study are substandard lexico-phraseological units of city newspapers. The topic of the research are language-cultural peculiarities of the Ukrainians, Russians and Englishmen.

The main aim of the article is to outline the cultural consciousness of citizens through the language of city newspapers.

The attention is drawn primarily to the reasons of usage and functions of substandard units in the city press; their influence on the forming of the citizens' cultural consciousness.

It was found that on the material of the city press language we can define the cultural values and the spirit of any nation. Thus, Ukrainian citizens arise as the fearless fighters against the political injustice, who want to have peaceful and comfortable life in their country (the proof is a big amount of political slang and the lexemes which denote everyday things). The Russian press language characterizes Russians as a hostile nation, which wants to prove its supremacy dominion and power (the usage of abusive words, slang and phraseologisms concerning Ukrainian nation and the USA). The English city press language reflects the conservative views of the Englishmen (less amount of foreign borrowings and not so bright and variable lexico-phraseological wordcreation) and their love to animals (a great number of words which denote animals).

The prospect of our study is the research of substandard elements on the material of the artistic speech of the modern city.

Key words: slang lexemes, slang phraseologisms, foreign borrowings, city speech, cultural consciousness.