

Національний університет “Острозька академія”
Навчально-науковий центр заочно-дистанційного навчання

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему:

Лінгвостилістичні особливості молодіжного сленгу в англійській та французькій мовах

Виконав: студент(ка) II курсу,
другого (магістерського) рівня, групи ЗМА-2
спеціальності: 035 Філологія
спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська
Максимчук Т. М.

Керівник Лушпай Л.І. Ковальчук І.В.

Рецензент _____
(прізвище та ініціали)

Роботу розглянуто і допущено до захисту
на засіданні кафедри англійської філології
протокол №__ від “__” _____ 2023 р.
Зав.кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог – 2023 рік

Зміст

Вступ.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СЛЕНГУ.....	6
1.1. Визначення понять сленг та молодіжний сленг.....	6
1.2. Значення дослідження лексико–семантичних особливостей.....	12
1.3. Історичний розвиток молодіжного сленгу.....	17
Висновки до розділу I.....	22
РОЗДІЛ II. Категорія та типи лексики молодіжного сленгу.....	24
2.1. Слова, що відображають соціальний статус та приналежність до групи.....	24
2.2. Слова, що виражають емоції та настрої... ..	38
2.3 Аббревіатури, скорочення та нові слова.....	45
Висновки до розділу II.....	49
РОЗДІЛ III. Способи перекладу української мови сленгу англійської та французької мови.....	50
3.1. Засоби перекладу англійського сленгу.....	51
3.2. Засоби перекладу французького сленгу.....	58
3.3. Використання сленгу в розмовній та писемній мові.....	61
Висновки до розділу III.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70

ВСТУП

Сучасний лінгвістичний ландшафт свідчить про надзвичайну експресивність та творчість у виразі молодіжного мовлення, що виявляється через унікальний феномен молодіжного сленгу. У кінці XX та на початку XXI століття французька та англійська мови переживають значний приріст нової лексики. Це обумовлено прагматичними потребами мовців, які вибирають терміни, що найкраще виражають їхні думки та почуття. Нові слова формуються в процесі мовлення для досягнення конкретних комунікативних цілей, а не за попереднім планом для збагачення словникового запасу.

Сприяючи цьому процесові, поширеність смартфонів та вільний доступ до Інтернету створюють нові можливості для спілкування та вираження власної думки. Зростаюча роль засобів масової інформації у сучасному житті робить важливою тему вивчення англійського та французького сленгу. Сленг безперервно збагачує мову на всіх етапах її розвитку, що становить **актуальність дослідження**.

Інтерес до інноваційної сленгової лексики з боку перекладознавства обумовлений проблемою виникнення нових моделей створення лексичних одиниць, поширення та переходу з однієї мови в іншу. Це робить необхідним проведення подальших досліджень такої лексики, її перекладу та функціонування у мовах.

Об'єктом дослідження виступає сленг англійської та французької мови, як похідні, і складні словосполучення, зафіксовані у текстах сучасних засобів масової інформації.

Предметом дослідження є характеристика сленгових виразів, а також способи і прийоми передачі такої лексики з англійської та французької українською мовою.

Мета дослідження полягає у виявленні особливостей сленгу, що зустрічаються в Інтернет-джерелах та соціальних мережах, а також їх перекладу з французької та англійської мови українською.

Відповідно до мети дослідження висувуються та вирішуються такі **завдання:**

- визначити основні підходи до визначення поняття «сленг»;
- дослідити історичний розвиток сленгової лексики;
- проаналізувати семантичний та структурний аспект сленгу;
- визначити особливості перекладу англійського та французького сленгу українською мовою.
- дослідити використання сленгу в розмовній і писемній мові.

Основними **методами дослідження** є метод лінгвістичного опису (інтерпретація та узагальнення аналізованого матеріалу), метод словотвірного аналізу, метод семантичного аналізу.

Дослідження проводилося у межах лінгвокогнітивного підходу до вивчення сленгу. Методика роботи базується на класичному підході і включає вивчення наукової літератури з проблеми дослідження, підбір аналізованих текстів, статистичну обробку і лінгвістичну інтерпретацію отриманих результатів.

Матеріалом дослідження стали сленгові вирази, що фігурують в Інтернет-джерелах та соціальних мережах.

Практична значимість роботи полягає у використанні матеріалу при складанні словників нової лексики сучасної англійської та французької мов, у лекційних курсах з мовознавства, лексикології, стилістики, теорії перекладу, при складанні навчально-довідкових посібників перекладачів.

Структура дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Апробація роботи. Основні результати дослідження були представлені на міжнародній науково-практичній конференції "Лінгвокогнітивні та соціокультурні аспекти комунікації" тезами "Молодіжний сленг на позначення емоцій та настрою в соціальних мережах".

Також по темі роботи представлені тези під час конференції "Інтеграція світових наукових процесів як основа суспільного прогресу", м. Київ.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СЛЕНГУ

1.1. Визначення понять сленг та молодіжний сленг

Кожна мова світу безперервно розвивається та збагачується. Цей процес особливо відчутний у сучасному суспільстві. В епоху безпрецедентного зростання інформації і заглибленого технологічного прогресу мова перебуває в стані постійної трансформації. Усний і письмовий вокабуляр регулярно поповнюється новими термінами та виразами. Кожен акт мовлення стає актом креативної реінтерпретації мови, що приводить до створення нових значень та виразів.

Особливе місце у сучасній мові займає сленг. Сленг відображає соціокультурну динаміку і визначається як мінлива лексика мови. Він нерідко набуває переносного значення та є характерним для певних соціальних груп. Це лексичний шиболет, який певний час використовується в мові, а потім може вийти з ужитку або перетворитися на легітимну лексику. Існування та значимість сленгу не завжди були визнані; раніше сленг часто ігнорувалася лінгвістами як неважливий аспект мови.

Сьогодні ж поняття “сленг” залишається предметом обговорення серед мовознавців, багато з них вважають його частиною лінгвістичної динаміки та досліджують його вплив на сучасну мову. Розуміння молодіжного сленгу важливо для розкриття динаміки мови та її ролі в сучасному суспільстві. Молодіжна мова відображає сучасні соціокультурні реалії та стає результатом контакту різних мов та народів. Ця лінгвістична динаміка важлива для розуміння процесів розвитку мови та її культурного впливу.

Українські дослідники зробили важливий внесок у вивчення теми “сленгу” та дослідження його особливостей в українському контексті.

Серед найвідоміших фігурують такі імена, як Л. Ставицька, А. Матвіяс, С. Мартос, П. Грабовий, О. Кондратюк, Т. Кондратюк, Л. Мацько та інші.

Українська лінгвіст Леся Ставицька вивчала індивідуальні та соціокультурні аспекти українського сленгу. Вона досліджувала роль сленгу у вираженні ідентичності та комунікації в молодіжних групах. Андрій Кондратюк проводив дослідження українського молодіжного сленгу та його роль у створенні спільного коду спілкування молоді. Сергій Мартос вивчав еволюцію та розвиток українського молодіжного сленгу. Павло Грабовий досліджував використання сленгу в українських мас-медіа та літературі. Він аналізував, як сленг відображається в сучасних текстах та впливає на сприйняття аудиторією. Оксана Кондратюк проводила дослідження у сфері жіночого сленгу в Україні. Вона аналізувала специфіку та особливості використання сленгу жінками у різних контекстах.

Серед іноземних дослідників, що сприяли розкриттю багатофасетності та важливості сленгу у сучасному суспільстві, Дж. Грін, Т. Торн, Дж. Коулмен, Е. Офір.

Англійський лексикограф Джонатан Грін вивчав та досліджував сленг протягом довгого часу. Він опублікував “Green's Dictionary of Slang,” яке є авторитетним джерелом для вивчення англійського сленгу. Ця робота містить широкий спектр сленгових термінів і виразів, включаючи їхнє походження та використання. Інший британський лінгвіст Тоні Торн вніс важливий внесок у розуміння сучасного англійського сленгу. Він автор “Dictionary of Contemporary Slang”, що став важливим джерелом для вивчення сучасного англійського мовлення. Джулі Коулмен, британський лінгвіст, досліджувала історію та розвиток англійського сленгу. Її робота “The Life of Slang” розкриває, яким чином сленг відображає соціокультурні зміни в суспільстві. Американська лінгвіст Конні Ебле спеціалізується на дослідженні молодіжного сленгу в Сполучених Штатах. Вона вивчає, як

молодіжна мова відображає індивідуальність та культурні зміни. Ізраїльська дослідниця Ела Офір проводить дослідження в області жаргонології та сленгу у різних культурах та мовах. Вона досліджує, як сленг відображає культурні контакти та ідентичність різних груп.

Термін “сленг” є складним і неоднозначним. Незважаючи на його популярність, немає єдиного чіткого визначення поняття. У визначенні сленгу важко знайти стійку основу, оскільки він є динамічним і постійно змінюється. Дослідники по-різному трактують термін “сленг”.

За “Енциклопедією українознавства”: “Сленг, міський соціолект, виниклий з аргі різних замкнених соціальних груп (правопорушників, крамарів, ремісників, в’язнів, бурсаків–учнів, вояків), як емоційно забарвлена лексика низького й фамільярного стилю, поширена серед соціальних низів і певних вікових груп (ремісничої, шкільної молоді) міст” [4, 285].

Українська мовознавиця Леся Ставицька тлумачить сленг як практично відкриту мовну підсистему ненормованих, стилістично знижених лексико–фразеологічних одиниць, які виконують, оцінну (звичайно негативну) та евфемістичну функції [12].

За визначеннями Оксани Кондратюк, сленг існує в обмежених соціокультурних групах і служить для створення спільного мовного коду та вираження соціальної ідентичності. Тоні Торн підкреслює, що сленг є мовою, яка використовується в певних соціальних групах для виразу ідентичності та створення внутрішнього зв'язку, і часто є незрозумілим для тих, хто не належить до цих груп. Ела Офір розглядає сленг як форму ненормативного мовлення, що виникає внаслідок культурних контактів і використовується для вираження соціальної групової ідентичності.

Ці визначення демонструють загальну ідею, що сленг – це мовна практика, яка виникає в конкретних соціальних і культурних контекстах і використовується для вираження ідентичності та спілкування в межах групи. Термін “сленг” може мати нюанси в різних дослідженнях і контекстах, але його сутність полягає в створенні специфічної мовної системи для комунікації між членами певної соціальної групи.

Однією з актуальних проблем є визначення термінологічних меж між різними підсистемами позалітературної мови. Порівнюючи цю проблематику з лінгвістичними дослідженнями аналогічного характеру в інших національних мовах, таких як англійська, французька та німецька, можна зауважити, що в Україні відбуваються активні дискусії щодо точного термінологічного визначення термінів, які використовуються для опису нестандартних елементів мовлення. У сучасних українських лінгвістичних дослідженнях Поряд із поняттям сленг межують і такі терміни як жаргон та арго.

Жаргон (від фр. *jargon*) — це мовлення, яке використовується певною соціальною або професійною групою і відрізняється від загальноприйнятої мови за допомогою специфічних слів, виразів та спеціалізованої лексики. Це свого роду “секретна” мова, яку розуміють та використовують тільки члени цієї групи, і вона часто містить штучні терміни та фразеологізми. У Лінгвістичному енциклопедичному словнику зазначається, що жаргон використовується групою людей, які можуть об'єднуватися не лише за своєю професією, а також за віком, інтересами та соціальним статусом у суспільстві [8].

Лексика жаргонів та таємних мов постійно поповнюється за рахунок запозичень інших мов. Спосіб, яким ця лексика переосмислюється, може варіюватися від іронічного до грубо–вульгарного, і це залежить від ціннісних поглядів та цілей конкретної групи, чи то вона інтегрована в

суспільство, чи виступає проти нього. У відкритих групах це може бути колективною грою, в той час як в закритих групах — засобом конспірації. Жаргонізми часто відображають гумористичне або фамільярне ставлення до реальності. У Лінгвістичному енциклопедичному словнику також зазначається, що арго зазвичай використовується для того, щоб сховати предмет комунікації і виділити групу від загального суспільства. Цей термін найчастіше є вузьковживаним, і відноситься до декласованих верств, є поширеним у середовищі злочинців [5].

Диференціація термінів “арго”, “жаргон” і “сленг” ускладнюється через те, що самі ці терміни та їхні значення в мовах, з яких вони були позичені, постійно уточнюються та розширюються [2].

Загальноживаність сленгових виразів має спільні риси з просторіччям, що робить їхнє розмежування складним завданням. Загальний сленг, також відомий як інтержаргон або інтерсленг, є своєрідним соціолектом і описується у “Лінгвістичній енциклопедії” О. Селіванової, а також в “Енциклопедії української мови.” Визначення з цих джерел доповнюють одне одного.

Загальний сленг — це відносно стійкий шар лексики та фразеології, який є досить поширеним і загальнозрозумілим у розмовному мовленні. Він є неоднорідним за своїм походженням і ступенем віддаленості від літературної мови. Водночас, він володіє виразним експресивно-оцінним характером [8].

Інтержаргон — це форма загального жаргону, яка в масовій свідомості втратила частину своїх зв'язків з первинними сферами вживання, але не втратила свого стилістично зниженого характеру [9].

Отже, загальний сленг, такий як інтержаргон або інтерсленг, представляє собою специфічний шар мовної лексики та виразів, який

відрізняється своєю експресивністю та використовується в розмовному мовленні, і хоча він може мати різне походження, він все ж має спільні риси в загальному контексті.

При розмежуванні сленгу на загальний” та “спеціальний”, важливо також розглянути категорію “молодіжного сленгу”.

Молодь є невід’ємною складовою будь-якого суспільства, і вона об’єднується за різними ознаками, такими як вік, соціальний статус і соціально-психологічні характеристики. Молодіжна культура є складним явищем, що виникає внаслідок соціалізації, і вона відображає соціально-психологічні характеристики молоді.

Однією з основних рис молодіжної культури є прагнення молодих людей до самовираження, самоствердження та самореалізації. Проте ці прагнення не завжди отримують необхідну підтримку. Основною метою молодіжних субкультур часто є вираження важливих для них ідей та поглядів у виразній та іноді незрозумілій для більшості суспільства формі. Використання молоддю сленгу в мовленні додає йому краси та емоційності, на їхню думку. Молодь також використовує сленг, який іноді зрозумілий тільки молодому поколінню та служить для вираження їхніх думок.

Молодіжний сленг — це специфічна форма мовлення, яка активно використовується молоддю віком від 12 до 30 років, хоча ця межа є досить умовною. Важливо підкреслити, що сленг застосовується не тільки в певних ситуаціях або обставинах, але охоплює практично всі сфери життя та різні ситуації, за винятком, можливо, тих, які вважаються нудними або нецікавими. Це свідчить про те, що виникнення нових сленгових висловів зазвичай пов’язане з емоційним ставленням молоді до того, про що вони говорять. Сленг — це постійний процес творення нових слів та виразів, і він ґрунтується на мовній грі. Зазвичай головною метою використання сленгу є досягнення комічного або грального ефекту, що робить спікера цікавим

співрозмовником. Отже, для молодих людей важливо не тільки те, що вони говорять, але і як вони це виражають, оскільки це допомагає їм бути привабливими оповідачами та створювати цікаву атмосферу в розмові.

1.2. Значення дослідження лексико–семантичних особливостей

Дослідження лексико–семантичних особливостей сленгу спрямоване на аналіз та розкриття унікальних лексичних та значеннєвих рис цієї форми мовлення. Основна мета полягає в розумінні, як сленгова лексика відрізняється від стандартної мови та які специфічні значення вкладені у слова та вирази, що використовуються в сленгу.

В англійському мовленні сленг відіграє важливу роль у створенні культурної та ідентичності спільнот. Він виражає не тільки експресивність мови, але й соціокультурний контекст мовців, надаючи можливість виражати належність до певних соціальних груп, створюючи унікальну спільноту спілкування. Важливим аспектом дослідження є лексико–семантичні особливості англійського сленгу, які збагачують мовлення і розкривають глибше значення мовців.

Сленгові форми створюються за допомогою засобів стандартної мови. Сленгові вислови можуть приймати форму порівнянь і метафор, тп набувати нових значень. Також слово, яке мало більш вузьке значення, може стати узагальненим “фінк” – нападник, пізніше зрадник) або навпаки [4].

В англійській мові існує кілька способів утворення сленгу, кожен з яких створюється різними процесами.

- Римований сленг — жартівливі висловлювання в буденній мові, що займають проміжне місце між загальним сленгом та арго (кентом). (наприклад, largsy–bargsy (дурна суперечка); party–heartу (чудова вечірка); fuddy–duddy – старомодний чоловік, loaf of bread (голова); boo–boo – гроші blue flue – поліція, рана.
- Іншомовні запозичення, які досить поширені (наприклад, сафарі (з араб. “подорож”) – похід до бару чи клубу з метою спокусити дівчину; кайф – (з араб.) відпочинок, розслаблення, неробство) .
- Художній засіб мови – це вислів, у якому слова вжито незвичним чином. Однією з найбільш часто вживаних фігур мови можна вважати метафору, що означає порівняння двох різних речей. Наприклад, сленгова метафора “The Big Apple”, що означає Нью–Йорк; to live in a birdcage – жити в студентському гуртожитку; hold on your socks — так тримайся; трохи трясти — танцювати; зав’язувати — одружуватися.
- Склад слів — у цьому випадку слова пов’язані повністю (наприклад, dutch treat — коли кожен платить за себе на побаченні; hang out — тусуватися; crack up – розсмішити когось; homeboy — близький друг, dead–head – дурна, чізкейк – приваблива дівчина и футбольна вдова – жінка, яка втрачає увагу чоловіка під час футбольних матчів.
 - Більшість сленгових слів — це слова, які вже існують у мові, але набули нового значення. Головну роль в утворенні нових сленгових одиниць відіграє переосмислення слів у зв’язку з їх переносним вживанням, звуженням і розширенням значення: to hmmm (reflect) — думати [7].
 - Аббревіатури та акроніми – це слова, що складаються з перших літер або складів слів у фразі (LOL – (Laugh out loud) — сміятися, дуже

смішно; TGIF (Thanks Gog its Friday) — п'ятниця нарешті настала; IMU (я сумую) ти) — я сумую за тобою.

- Неологізми — це слова і словосполучення, які були винайдені порівняно недавно. Вони також є частиною сленгу, наприклад, “swag” означає круто, модно; “мінгер” означає потворний, огидний; “doofer” перекладається як хикі.

Французький сленг відзначається високою експресивністю, яка дозволяє мовцям виразити свої емоції, атитюди та ставлення до об'єктів або явищ. Ця мова може бути саркастичною, іронічною, грубою або гумористичною, що сприяє індивідуалізації та створює неповторний стиль мовця. Водночас, використання французького сленгу служить важливим інструментом вираження соціокультурної ідентичності. Він асоціюється з різними соціальними групами, підлітковими субкультурами, музичними жанрами та регіональними особливостями, допомагаючи мовцям відчутися себе частиною конкретної спільноти та виразити свою належність до неї. Ця взаємодія між експресивністю та соціокультурною ідентичністю робить французький сленг важливим об'єктом дослідження з лексико–семантичної перспективи.

Для розвитку власного соціолекту використовуються різні засоби. Одним з основних методів творення є лексичний. Але це не єдиний з методів. Досить часто сленг зазнає синтаксичних модифікацій, які певним чином відповідають синтаксису стандартної мови. Сленг завжди наповнений багатим вокабуляром, але він не завжди слідує синтаксичним, граматичним та фонетичним правилам стандартної мови. Формування речень, вимова, інтонація, жести сленгу сильно відрізняються від норми, що й відрізняє дану лексичну групу. Саме лексичні процеси формування сленгу яскраво його характеризують.

Процеси лексичного опрацювання французького сленгу можна згрупувати за двома типами:

- семантичний (передбачає модифікацію та гру слів);
- формальний (передбачає творення або видозміну слів).

Коли лексичний розвиток є формальним, ми часто спостерігаємо деконструкцію повсякденної мови: сленг спотворює, змішує, деструктурує, слова та порушує правила. Ця деконструкція виявляє прагнення соціальної групи виділитися, відкидаючи усталене суспільство.

Такі процеси головним чином стосуються сучасного французького сленгу, зокрема сучасної міської французької мови.

При синтаксичній процесі змінюється лексичний клас слів. У більшості випадків трапляються такі моделі речень, у яких, наприклад, використовується прикметник замість прислівника.

Приклад: *il assure grave* — “ *il est vraiment très bon* “.

Для творення сленгу використовуються такі лексико-семантичні процеси:

- Метафора: художній засіб, що полягає в переносному вживанні слова або виразу на основі аналогії, схожості чи порівняння, а також слово або вираз, ужиті в такий спосіб.
- Метонімія (зокрема синекдоха): позначення предмета одним із його компонентів.
- Багатозначність і синонімія: багатозначність слів.
- Похідне або ресуфіксація існуючих слів за допомогою популярних суфіксів (–ard, –asse, –oque, –ax, –ouille...).

Приклади: *connard* et *connasse* dérivés, de *con*, *pourravedérivé*, de *pourri*, *matos* dérivé de *matériel*.

- Апокопа: явище відпадання одного або кількох кінцевих складів в слові.

Приклади: *pèt – pétard (joint), tox – toxicomane*.

- Аферезис: усікання одного або кількох початкових складів слова. Аферезис, досі дуже рідкісний у французькій мові, особливо присутній у сучасній міській французькій мові.

Приклади: *blème – problème, zik – musique (après un passage par le verlan zikmu)*.

- Повторення одного зі складів, та скорочення іншого.

Приклад: *zonzon – prison*.

- Ще одним методом творення сленгу є неологія. До цієї категорії відносять також верлан, процес, який широко використовується з 1980 року.

Приклади: *keuf verlan de flic (via le passage par un stade disyllabique hypothétique keufli)*

- Яванська, що складається з додавання звуку ав (або будь-якого іншого звуку) між приголосними та голосними.

Наприклад, *Marcel – Mavarçavel*.

Louchébet (або *largonji*), що складається з заміни початковий приголосний з L, і перенесення його до кінця слова з а закінчення (спочатку створене *louchébems* з *Laripette*). *Boucher → louchébet* ; *À poil → à loilpé*.

- Акронім: слово, сформоване з перших букв певної фрази або речення.

Приклади: LBV pour Libreville, TDC pour tombé du camion(volé).

- Запозичення з інших мов. Приклади: taboul від арабського tabhûl “божевільний” [45].

1.3. Історичний розвиток молодіжного сленгу

Історичний розвиток молодіжного сленгу є невід'ємною частиною еволюції мови та культури молодого покоління. Цей розвиток відображається в змінах, які відбувалися в суспільстві, політиці, технологіях та культурі на різних етапах історії. Дослідження історії молодіжного сленгу допомагає краще зрозуміти, як мова відображає та реагує на зміни в навколишньому світі.

На початку свого історичного розвитку молодіжний сленг був відомий внутрішньою спрямованістю, що відображалася в використанні молодими людьми для підсилення своєї ідентичності та вираження протесту. У різні історичні епохи молодіжний сленг набував різних форм і особливостей.

Історія французького та англійського сленгу є багатозаровою і віддзеркалює розвиток цих мов і культур протягом століть.

Походження терміну “сленг” складно відслідкувати. Вважається, що слово може мати ірландське або шотландське коріння. Спочатку термін означав “мову злочинців або підпільну мову” у британському жаргоні XIX століття. З часом поняття розширило своє значення і почало позначати різноманітні неформальні, вуличні або молодіжні вирази. Інша теорія вказує на можливе ромське походження слова “сленг”. Серед філологів також побутує думка, що воно могло бути похідним від французької мови.

Явище сленгу існувало задовго до того, як отримало свою назву. Стародавній сленг був більш грубим і використовувався переважно для

вираження вульгарності. Термін вперше був використаний в Англії в середині XVIII століття, але англійська література про сленг сягає 16 століття і включає глосарій у семи томах [26, 145].

Протягом століть після Нормандського завоювання в Англії багато впливових, освічених та заможних осіб відмовлялися використовувати англійську мову. Вони віддавали перевагу латинській та французькій мовам як у щоденному спілкуванні, так і в письмових документах та друканих текстах. Це розглядалося як вияв освіченості та культурності. Однак для значної частини простих людей єдиною доступною мовою була англійська – пряма, звичайна мова, яка не уникала використання точних та простих слів для найменування речей. Повсякденне мовлення цієї групи людей називалося вульгарною мовою.

Сучасне розуміння та значення сленгу сформувалися лише у XVI–XVII столітті. Початково англійський кримінальний жаргон вважався важливою відправною точкою у розвитку цієї мовної форми. Сленг використовувався злочинцями в салонах та гральних закладах. Більшість злочинців вважали вихідцями з Румунії або Франції, і тому існувала гіпотеза, що сленг може бути спадковим з цих культурних впливів. Завдяки культурним відмінностям в Америці, які стали впливати на англомовне населення у 1700–ті роки, сленг почав активно поширюватись серед цих верств населення. Протягом XVIII століття вважалося, що сленг є некоректним використанням англійської мови і навіть був заборонений.

У книзі Еріка Партріджа “Slang today and yesterday” зазначено, що у 1850–х роках термін “сленг” використовувався для позначення “нелегітимного” мовлення. В той же час, у вступі до “Оксфордського словника сучасного сленгу”, Джон Айто зафіксував, що середина 18 століття стала періодом, коли термін “сленг” вперше почав вживатися як специфічний словниковий запас, що використовувався різними соціальними

групами, особливо тими, що мали низький соціальний статус. До цього часу він оточувався назвами “зłodийський жаргон” або “мова скоромовок” [25].

У більш пізні періоди історії, зокрема в ХХ–ому столітті, молодіжний сленг став важливим елементом підліткової та студентської культури. Під впливом кінематографу, музики та літератури молодь створювала свої власні слова та вирази, які відображали їхні інтереси та спосіб життя [19].

Коли цей термін став загальноприйнятим, він все ще інтерпретувався соціальними групами по-різному. Особливо серед тих, хто мав низький соціальний статус, “сленг” був тісно пов'язаний з поняттям “жаргону”. Згодом то термінів сленг та жаргон додався ще один термін — “арго”. Зараз термін “арго”, який походить просто з французької мови і означає “сленг”, втратив зв'язок із своїм первісним значенням і може бути точно використаний лише в контексті французького сленгу [25, 5].

Французький термін “арго” з'явився відносно нещодавно, проте його точна етимологія залишається невідомою. Поняття датується орієнтовно ХVІІ століттям. Є гіпотеза, що термін походить від французького слова *jargon* або італійського *jergo*, оскільки для злодіїв *jar* є синонімом сленгу, а *dévider le jar* (намотувати банку) означає говорити сленгом. Еміль Ліотре пропонує старофранцузьке *argu*, сварка, з якого походять як *argot*, так і *arguer*.

У французькій мові сленг часто пов'язують з молоддю та міською культурою, але варто зауважити, що його використання не обмежується лише цими групами. На додаток до загального молодіжного сленгу, існують також специфічні жаргони для різних професій, такі як поліцейський сленг або сленг ярмаркового середовища. Використання сленгу часто допомагає створити відстань між тими, хто володіє цією мовою, та тими, хто не володіє. Ця відстань може бути використана для вираження соціального престижу, спільності чи просто для створення гри мови. Однак важливо

зауважити, що сленг також може бути засобом виключення або дискримінації проти осіб, які не є членами групи, що використовує цю мову [37].

Французьке “арго” має давню історію, яка налічує бере початок ще з Середньовіччя, коли нею користувалися бродяги та злочинці для конфіденційного, секретного спілкування. З плином часу, сленг еволюціонував і став самостійною мовою зі своїми власними правилами та лексикою. В сучасній французькій популярній культурі, зокрема в музиці, кіно та літературі, сленг займає важливе місце. Проте цей явище часто стикається з критикою через його вплив на стандартну французьку мову.

Деякі лінгвісти вважають, що використання сленгу може призвести до деградації літературної мови через поширення вульгарних або нецензурних висловів. Інші ж вбачають у ньому важливий культурний елемент, який потрібно захищати і вивчати [40, 5].

Виникнення та еволюція сленгу відображають багатогранну історію цього явища в часі. У середньовіччі термін “сленг” переважно асоціювався з групою злодіїв і бездомних. Зазначено, що в цей період сленг використовувався для характеристики спільноти злочинців. Початково сленг був загальним і конфіденційним засобом спілкування для злочинців, бездомних, бандитів і розбійників у період між XV і XVIII століттями. Проте на початку XVII століття термін “сленг” втратив зв'язок з мовою або засобом спілкування, і він був віднесений до групи злочинців і гангстерів. Термін “жаргон” став вживатися для позначення конфіденційної мови злочинців наприкінці XVII століття, і вперше він став широко відомим як поняття [37].

У XIX столітті сленг не був популярним серед французького населення. Проте це змінилося завдяки внеску видатних особистостей Середньовіччя, таких як Франсуа Війон, які використовували багато слів і

виразів зі сленгу. Інші великі літератори, такі як Віктор Гюго, Ежен Сю, Бальзак і інші, також сприяли поширенню сленгового мовлення.

Сленг є живою мовою, яка постійно розвивається та змінюється відповідно до суспільних змін і культурних впливів. Він відображає еволюцію французької мови та суспільства в різні епохи. Середньовічний сленг активно використовувався робітничими класами для виділення своєї ідентичності від вищих класів. У своєму складі він включав терміни, характерні для різних професій, пейоративи для опису багатих та впливових, а також еротичні вирази та нецензурну лексику. В епоху Відродження сленгове мовлення розширилося і включило в себе запозичені терміни з інших мов, таких як італійська, іспанська та ромська. В цей період воно також було вплинуте поетичними термінами і літературними алюзіями [26].

У XVIII столітті сленг став більш кодифікованим і систематичним, з виданням сленгових словників. В цей час сленгові терміни залишалися характерними для злочинців і бандитів, але також використовувалися робітничими класами для підсилення своєї ідентичності. У XIX столітті сленг зазнав змін через вплив популярної культури, музики, карткових ігор і спорту. Також сленгова лексика піддалася змінам за діяльності соціальних і політичних рухів того часу, включаючи соціалізм, анархізм і робітничий рух.

У XX столітті сленг продовжив еволюціонувати під впливом сучасних технологій, музики, кіно і телебачення. Часто сленгові терміни використовувалися для вираження приналежності до різних молодіжних груп, і вони включали в себе специфічні терміни для опису стилів одягу, музики та інтересів [25].

Сьогодні ця мова продовжує розвиватися, з'являються нові терміни для позначення нових технологій, нового способу життя та нові культури.

Сучасний світ перебуває під впливом соціальних мереж і Інтернет— культура з термінами, пов'язаними з мемами, хештегами та інфлюенсерами [29].

Висновки до розділу I

Сленг — це мовна практика, яка відображає соціокультурну динаміку та використовується окремими соціальними групами для вираження ідентичності та спілкування всередині групи. Вагомий внесок у вивчення сленгу зробили як українські, так й іноземні дослідники.

Загальний сленг — відносно стійкий шар лексики та фразеології, досить поширений і загальнозрозумілий у розмовному мовленні. Молодіжний сленг — це специфічна форма мовлення, яка активно використовується молоддю від 12 до 30 років і відображає соціально— психологічні особливості молодіжної культури.

Сленг має довгу історію, починаючи з Середньовіччя, і продовжує розвиватися з появою нових термінів для позначення нових технологій, стилю життя та культури. Історія англійського та французького сленгу відзначається постійним еволюційним процесом, в якому мовні засоби набувають нових значень та виражають елементи соціального життя.

Англійський сленг має глибокі корені, що сягають історичних етапів розвитку мови. Взаємодія з різними культурами та соціальними групами створює унікальні лексичні одиниці, що визначають ідентичність та комунікацію.

У французькому контексті сленг також відіграє важливу роль у вираженні індивідуальності та групової приналежності. Зв'язок із культурою та історією Франції приводить до унікальних мовних форм, що відображають сучасні тенденції та вибори молодого покоління.

Таким чином, сленг є живим явищем, яке постійно трансформується та адаптується під впливом культурних, соціальних та історичних змін. Вивчення цього явища надає можливість краще розуміти сучасну мову та відносини між мовними спільнотами, а також слугує ключем до розкриття та аналізу складнощів, які супроводжують мовний розвиток у сучасному світі.

II. КАТЕГОРІЯ ТА ТИПИ ЛЕКСИКИ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

2.1. Слова, що відображають соціальний статус та приналежність до групи

Сленг у будь—якій мові відіграє важливу роль у відображенні соціального статусу та приналежності до різних груп чи спільнот. Він слугує як інструмент для вираження ідентичності та спільності, розкриваючи соціокультурний контекст мовців.

Соціолінгвістика, яка досліджує мовне різноманіття та варіації, розкриває перед нами багато аспектів, пов'язаних із мовними групами. Кожна спільнота має свій унікальний вербальний репертуар, який використовується в залежності від різних ситуацій і мети спілкування. Також, важливо враховувати, що при мовному контакті між двома особами важливо брати до уваги їхні стосунки з іншими людьми.

Соціолінгвістика розглядає різноманітність мовних варіантів та їх взаємодію в межах спільноти. Анрі Бойєр [34] розрізняє п'ять типів варіацій:

— Географічну варіацію, яка обумовлена місцем проживання та умовами життя користувачів мови.

— Соціокультурну варіацію, яка пов'язана з приналежністю до певних соціокультурних груп.

— Варіацію, пов'язану з приналежністю до різних поколінь, оскільки мова та мовні звичаї можуть змінюватися з плином часу.

— Варіацію, яка виникає в залежності від ситуації мовлення або письма та її компонентів.

— Гендерну варіацію, пов'язану з різницею між статями у використанні мови.

Ці аспекти досліджуються з метою кращого розуміння та аналізу варіативності мови в різних контекстах та серед різних груп спікерів.

Соціолінгвістика зосереджується на різноманітних варіаціях у мові, приділяючи увагу обмеженому числу змінних, як відзначав Бойєр [34, 14].

Аби визначити, як сленг відображає соціальний статус та приналежність до різних соціокультурних груп, ми проаналізуємо вибірку англійського та французького сленгу. Наша мета полягає в ідентифікації зв'язків між вживанням сленгу і соціальним статусом, а також в розкритті важливості мовних інструментів у формуванні ідентичності та ідентифікації в сучасному світі.

Одним зі специфічних аспектів сленгу є географічна приналежність, що впливає на формування та розповсюдження мовних виразів в різних регіонах. Ця географічна детермінанта мовного вживання розкриває глибокі зв'язки між мовою та культурою певної географічної області.

Наведемо кілька прикладів англійського сленгу, що відноситься до цієї групи:

- *Bodega* — невеликий магазин в районах міста США, де живе багато латиноамериканців (= людей, чії родини походять з Латинської Америки). Термін використовується переважно в Нью-Йорку.
- *A po' boy* — це бутерброд, із Луїзіани. Він майже завжди складається з м'яса, яким зазвичай є ростбіф, курятина або якийсь вид смажених морепродуктів, таких як креветки, раки, риба, устриці або краби. М'ясо подають на новоорлеанському французькому хлібі, відомому своєю хрусткою скоринкою та пухнастою серединкою.
- *Wicked* — термін, що походить із Нової Англії та означає дуже, абсолютно, тотально.
- *Aloha* — в основному використовується, як привітання та прощання. Може мати інше значення, коли вживається окремо або в словосполученнях. Найчастіше використовується на Гавайях.

- *Bussin* — термін “bussin” позначає щось чудове, дивовижне, смачне. Термін походить із Флориди. Також став часто викорисовуватись у мережі TikTok.
- *Stoop* — парадні сходи багатоквартирного будинку. Найчастіше використовується в Нью—Йорку.
- *Might could* — словосполучення, що походить із півдня Сполучених Штатів. Використовується у значенні може бути, бути готовим і/або здатним зробити щось у майбутньому”.
- *Yadadamean* — сленг, що найчастіше вживається у Каліфорнії. Означає розумієш? і використовується для зрозумілості висловленого.
- *Phubbing* — термін “фабінг”, походить від скорочення “телефонне ігнорування” (phone snubbing), і відзначається відмовою від уваги до співбесідника на користь активного використання смартфона. Сленг найбільш характерний для території Каліфорнії.

Регіональний сленг французької мови є значущим аспектом мовної культури Франції, який відображає місцеві особливості, історичні контексти та культурні відмінності різних регіонів. У кожному куточку країни і навіть серед франкомовних спільнот інших країн існують унікальні лексичні одиниці, фразеологізми, які відображають традиції та спадок кожного регіону. Проведемо аналіз вибірки регіонального сленгу французької мови.

- *Chocolatine* — виріб із тіста, подібний до круасана, із шматком шоколаду всередині, відомий під назвою “pain au chocolat” у стандартній французькій мові. Термін характерний для південно—західних регіонів Франції.
- *Un gavroche* — вуличний хлопець Парижа, зухвалий, кмітливий і хоробрий.
- *Du flouze* — гроші. Найчастіше вживається у містах Франції.

- *Un bateau-mouche* — туристичний човен. Термін найчастіше використовують у Парижі.
- *Une tuque* — в'язана зимова шапка. Термін притаманний французькій канадській мові.
- *Etre tanné* — Бути ситим або втомленим від чогось. Також вживається у французькій канадській.
- *Un char* — автомобіль.
- *Du fric* — гроші. Термін поширений у французькомовних регіонах.
- *Etre magané* — бути втомленим або виснаженим, французька канадська.

Ще одним феноменом французької мови, що відіграв важливу роль у формуванні мовної ідентичності певних географічних груп, є верлан. Ця категорія сленгу набула популярності у кінці 1980-х років, верлан, коли споживчий інтерес був прикутий до віддалених передмість, які відзначалися власною мовою та культурою, типовими для менш підприємних місць. Ця мова та культура поширилися серед менш інтегрованих верств паризької молоді.

Верлан (інверсія слова від *l'envers*) — закодовані лексеми, що формуються шляхом інверсії складів у слові [44].

Умови для утворення верлану можна узагальнити як наступні: якщо слово закінчується на голосний з приголосним, то його можна верланізувати, додавши глуху “e” після останньої приголосної. Однак, якщо слово закінчується на приголосну, його треба звести до форми, що завершується на голосний – приголосний.

Також існують односкладові слова, які можна верланізувати без перетворення на двоскладову форму, але існують випадки, коли

односкладові слова можуть бути розглянуті як двоскладові і верланізовані. Наприклад, слово “nez” може бути верланізоване без подвоєння, або як “zen”, що стає формою гри складами. Також можливе верланізування виразів, де вони розглядаються як двоскладові, наприклад, “ziva” від “vas–y!”. також можливо утворити верлан із трискладових слів, наприклад, “garetsi” — верланізована форма “cigarette” [21].

Найбільш популярними прикладами верлану є наступні:

- *Meuf* — від франц. femme — жінка.
- *Relou* — від франц. “lourd” — нудний, виснажливий.
- *Reum* — від франц. mère” — мама.
- *Pécho* - від франц. choper — фліртувати.
- *Tier* — від франц. pitié” — сумний, жалюгідний.
- *Kéblo* — від франц. “bloqué” — заблокований.
- *Seul-tout* — від франц. tout seul — сам на сам.
- *Ouf* — від франц. fou — божевільний.
- *m’importe nawak* — від франц. n’importe quoi — будь-що.
- *Cheum* — від франц. “moche” — огидний.

Сленг часто є ідентифікаційним знаком для певних груп, таких як молодіжні субкультури, професійні спільноти, етнічні чи релігійні групи. Вживання специфічного сленгу може підкреслити приналежність до цих груп та зміцнити спільність.

Соціально–професійні діалекти використовуються в специфічних групах людей та різняться від літературної мови, переважно у використанні слів і виразів. У міських середовищах і серед різних соціальних груп населення формуються специфічні соціальні діалекти, які не обмежені

географією, але пов'язані з різними професіями та соціокультурними контекстами. Ці діалекти часто називають жаргоном.

Наведемо кілька прикладів такої лексики в англійській мові:

- *TEETH* — *Tried Everything Else, Try Homeopathy* — (дослівно ЗУБИ — Спробував Усе Інше, Спробуй Гомеопатію) — сленг, що використовується, як презирство лікарів до сумнівної альтернативної медицини. Ця невина на вигляд аббревіатура, натякає на те, що пацієнт не має великої надії на одужання.
- *Baby catcher* — (дослівно ловець немовлят) — акушер, лікар, що приймає пологи. За мотивами книги Пеггі Вінсент “Baby catcher”.
- *Freud squad* — (дослівно Загін Фрейда) медичний сленг на позначення лікарів психіатрів.
- *Slasher* — (від slash — різати) медичний сленг на позначення лікарів хірургів.
- *Smug report* — це гра слів на основі “bug report” (звіт про помилку. Звіт про помилку, яку подає користувач із завищеною ідеєю власної експертизи, включаючи пропозиції рішень, які лише підкреслюють рівень невігластва користувача.
- *Copy, paste and pray* — сленг, що використовується у сфері ІТ. Іноді програмісту не залишається іншого виходу, як просто скопіювати код із інтернету і сподіватися, що він працюватиме.
- *Guiltware* — (від guilt — вина; ware — продукт) — деяке програмне забезпечення є безкоштовним. Деяке програмне забезпечення також є безкоштовним, але з певним “нюансом”: воно намагається викликати у вас відчуття провини, доки ви не зробите пожертву на підтримку його розробки або не зареєструєтеся. Це і є “guiltware”.
- *Bottleshop* — сленг фотографів на позначення дешевого об’єктива.

- *Chimping* — (від *chimp* — шимпанзе) — термін, що використовують фотографи для опису явища, коли після фотосесії переглядають зроблені фото. Сленг є метафорою, адже це нагадує згаю мавп, що роздивляється їжу.
- *Station cat* — (від *station* — база, *cat* — кіт) — це офіцер, який бродить навколо, шукаючи будь-який вигідний привід уникнути роботи.
- *Olympic torch* — сленг-метафора, так як олімпійський вогонь ніколи не гасне, цей термін вказує на офіцера, який ніколи не залишає поліцейську станцію.
- *Giving his drum a spin* — сленг, що посилається на обшук будинку підозрюваного. Особливо цікаво, що термін “drum” для “будинку” був запропонований як частина Кокні римського жаргону — “drum and bass” = “місце”. *Give a spin* — “дати оберт”.
- *Cremated* — термін шеф-кухарів на позначення стейків та бургерів, які, на їхню думку, пересмажені. Замовлення на стейк “добре просмажений” зазвичай перекладається кухарями як “кремований”.
- *Still mooing* — сленг-антонім до попереднього. *Still mooing* — дослівно означає все ще мукає, тобто недоготований.

Вокабуляр, що використовуються в різних професійних групах, є важливою частиною французького сленгу. Ці професійні терміни відображають специфіку та культурні особливості різних галузей праці та виробництва. Далі наведені деякі приклади французького сленгу, пов'язаного з різними професіями:

- *Code bleu* (дослівно — код блакитний) — екстрений код зупинки серця. Лікарі використовують багато термінів — жаргонізмів на позначення екстрених ситуацій.
- *Toubib* — сленг, що позначає лікаря у розмовній мові. Термін походить з арабської мови.

- *Mr. Mob* — морський сленг, що означає чоловік за бортом.
- *Guitare sèche* — музичний сленг на позначення акустичної гітари.
- *Amuse-bouche* — це аперитив, який призначений “дивити” апетит перед головним обідом.
- *La dépanneuse* — вантажівка для буксирування аварійних машин.
- *Bolide* — швидка та потужна машина, спортивний автомобіль.
- *Pan-Pan* — авіаційний термін, екстрений виклик у випадку, коли когось на борту травмовано.
- *Tu peignes la girafe* — вираз, що означає Ти базикаєш аби-що. Типовий вираз, який часто вживається в рекламній галузі, але технічно можуть бути вжитий в будь-якому контексті.
- *Il a fait un gros doigt* — помилка банкіра під час введення замовлення — термін, що використовують у фінансовому секторі, и часто вживаються банкірами під час комунікації.
- *PetitMou* — є прямим французьким перекладом “Microsoft”. Цей вираз, що був дуже популярним у 90-х роках, використовується з поганим підтекстом для позначення операційної системи.
- *ICC = Interface chaise-clavier* — означає “Interface chaise-clavier”. Цей термін, який на перший погляд звучить як технічний термін, використовується для іронічного позначення проблеми в галузі інформатики, спричиненої користувачем. Англійська версія цього виразу включає “PICNIC”, що означає “проблема знаходиться між стільцем і клавіатурою”, іншими словами, сам користувач став причиною проблеми.
- *Brouteur* — маршрутизатор перенавантажений. Це термін часто використовується серед фахівців з технологій.
- *Débuguer* — виправляти помилки в програмному кодї (від англійського “debug”).
- *Métro-boulot-dodo* — вираз, який означає “метро-робота-сон”, використовується для опису щоденної рутини.

Молодіжні жаргони та сленги, зокрема шкільні та студентські, відрізняються своєю багатоваріантністю та постійною зміною. Вони включають в себе використання слів і виразів, які можуть бути варваризмами або запозиченнями з інших мов. В таких жаргонах часто використовуються специфічні терміни, щоб уникнути розпізнавання, а також присутні нецензурні вислови.

- *Finna* — це сленговий термін, який походить від англійського слова “going to” (збиратися щось робити). Використовується серед молоді та в інтернет-спільнотах. Вживається для виразу наміру зробити щось у найближчому майбутньому. Наприклад, “I’m finna grab some food” означає “Я збираюся взяти їжу”. Термін є прикладом лексичної варіації, що виникла в афроамериканській культурі та пізніше стала популярною серед молоді та в Інтернеті.
- *Ghost* — (дослівно привид) сленг, що використовується для опису дії або поведінки, коли людина раптово припиняє комунікацію або зникає без відповіді на повідомлення чи дзвінки. Це може стосуватися різних сфер життя, але найчастіше вживається в контексті віртуальних або романтичних стосунків, коли одна особа надсилає повідомлення чи контактує з іншою, а та інша раптово припиняє відповідати і зникає, не пояснюючи причину.
- *Hip* — використовується для вираження чогось, що є модним, стильним, або популярним серед молоді та інших соціокультурних груп. Цей вираз походить з англійської мови та є синонімом таких слів, як “модний,” “трендовий,” “культовий,” або “сучасний.”
- *Lemon* — сленг на позначення негативної якості чи дефекту об’єкта. Це вираз походить з англійської мови, де “lemon” означає саме такий дефектний предмет, який не відповідає стандартам якості або має численні проблеми.

- *Chicken* — часто використовується для опису людини, яка проявляє боягузливість, несміливість або нерішучість.
- *Cheesy* — використовується для опису чогось, що є надмірно сентиментальним, банальним, надто кліше, або навіть незадачливо намагається викликати почуття емоційного відгуку. Цей термін часто застосовується до фільмів, музики, текстів, жестів або розмов, які здаються надто простими, відомими або неоригінальними.
- *Slay* — у сучасному слензі використовується для вираження захоплення чи враження від чогось. Наприклад, якщо хтось виглядає особливо добре, друзі можуть сказати, що він або вона “slays.”
- *Cringe* — використовується, щоб описати відчуття відрази, незручності або непристойності, яке виникає при спостереженні за чимось або кимось, хто здається незграбним, або несмішним.
- *Hobnob* — використовується для опису суспільних зустрічей або взаємодії між людьми, зазвичай на неформальному рівні. Він позначає теплий та дружній спосіб спілкування або обміну суспільними контактами.

Сучасний французький сленг є однією з варіацій усного мовлення у Франції, що в основному використовуваною молоддю. Він також відомий як “langue djeunz” (що означає “молодь”), оскільки його носії в основному належать до молодіжної категорії віку. Іноді його називають “арго міст” або “мова міст” через те, що він загалом поширений у міських популярних кварталах Франції [41].

Основна ідея французького молодіжного жаргону полягає в тому, що він виникає як прояв протесту проти загальноприйнятих мовних норм і шаблонів, або як спроба виокремитися та виглядати оригінально. Молодь використовує жаргон, щоб виразити свою критичну або іронічну позицію

відносно дорослого світу, а також, щоб підкреслити свою незалежність і здобути популярність серед своїх ровесників.

- *Bobo* — в сучасній французькій мові може мати два значення. По-перше, це вираз, який використовується для позначення незначної травми або травматичного ушкодження, такого як подряпина, поріз чи синець. Це слово часто вживають, звертаючись до дрібних травм, і часто використовується серед молоді. По-друге, в більш сучасному контексті, “bobo” також може означати буржуазно-богемного представника. Це поєднання слів “буржуазія” і “богема” і використовується для опису певного класу людей, які, не маючи великого багатства, обирають споживати товари та послуги вищого класу та лімітованого виду завдяки обережному витрачанням. Це слово може вказувати на особливий спосіб життя, де комфорт і стиль поєднуються з економічною обережністю.

- *Kiffer* — цей сленговий вираз в основному вживається молодими людьми для вираження симпатії, уподобання. Слово походить від “kif”, арабського слова, що означає гашиш. Таким чином, вживання “kiffer” прирівнюється до задоволення, яке отримують від гашишу. Крім того, “kiffer” може використовуватися для вираження насолоди від чогось, що вам дійсно подобається робити, хоча це менш поширена вживана конотація.

- *Mec* — це справді універсальне французьке жаргонне слово. Воно може означати вашого хлопця (бойфренда) або просто чоловіка взагалі. Також його можна використовувати подібно до “бро” в англійській мові, як вираз дружби між друзями.

- *Boucler* — це слово означає закінчити або завершити щось оперативно або в короткий строк. Цей вираз може бути використаний в різних контекстах, і він позначає на вміння швидко долати завдання або завершувати проекти. Вживаючи “boucler,” люди наголошують на своїй ефективності та здатності швидко завершувати роботу.

- *Ça déchire* — вказує на позитивні почуття і захоплення і може бути використаний у різних контекстах, коли хочуть висловити враження від чогось дуже видатного або цікавого.
- *Flemme* — це французький жаргонний вираз, який використовується для вираження почуття ліні. Він означає, що людина не має бажання робити щось або докладати зусиль для виконання певної дії через відсутність мотивації або через дискомфорт.
- *Bosser* — сленговий термін, який означає “працювати” або “наполегливо займатися роботою”. Слово “bosser” є розмовним і дещо невідоме у формальному писемному мовленні.
- *Se taper un délire* — це французький сленговий вираз, який означає, що люди весело проводять час разом. Цей вираз походить від французького слова “délire,” яке означає “безладдя,” “божевільня”.
- *Être à l'ouest* — термін, який вживається для опису стану, коли людина здається розсіяною або неуважною. Вираз походить від аналогії з географією, де “заходом” може бути віддалене місце. Таким чином, “être à l'ouest” означає, що людина знаходиться у стані розсіяння, не приділяючи увагу поточному контексту або подіям навколо себе.

В англійській та французькій мовах існує сленг, який можна класифікувати за гендерними ознаками, що враховують різні аспекти статевої ідентифікації та гендерних стереотипів. Деякі вирази та слова використовуються переважно для посилення на чоловіків або жінок, а також можуть виражати гендерні ролі та ідентифікації. Також у сучасних мовах існують гендерно-нейтральні займенники, які використовуються для вираження гендерної різноманітності та ідентифікації. Сленг може бути пов'язаний з гендерними темами та вираженнями ставлення до них.

Зважаючи на складність та різноманітність гендерних ідентифікацій та стереотипів, класифікація англійського сленгу за гендером може бути досить складною та змінюватися з часом. Нижче наведено деякі приклади англійського сленгу, які можуть бути класифіковані за гендером:

- *Bro* (або *Bruh*) — слово використовується для звернення до чоловіків і може бути сприйняте як вираз дружби та спільноти серед чоловіків.
- *Chick* — може використовуватися для посилання на жінку, іноді з відтінком жіночості чи стереотипів.
- *Dude* — є виразом, який може використовуватися як звернення до чоловіків, але також може бути вжито в неконкретному контексті як нейтральний вираз.
- *Gal* — це слово вживається для посилання на жінку або дівчину.
- *Babe* — пестливий вираз-звернення, його вживають як до жінок, так і до чоловіків.
- *Grrl* — специфічна трансгендерна ідентифікація. Сленговий термін *grrl* вказує на феміністичу та бойову характеристику жінки.
- *Bromance* — це слово поєднує “bro” (чоловік) та “romance” (роман), і вживається для опису особливо тісної чоловічої дружби.
- *Mr. Right* — це англійський сленговий вираз, який використовується для посилання на ідеального чоловіка для стосунків. Переважно цей термін використовується в романтичних контекстах та може бути частиною жартівливого або серйозного обговорення партнерів у відносинах.
- *It-girl* — це жаргонний термін, який вживається для опису жінки, яка є відомою, впливовою та популярною в сферах моди, розваг та культури.
- *Player* — вживається для опису особи, зазвичай чоловіка, що розбиває серця жінкам.

Французький сленг також може бути класифікований за гендером, враховуючи різні статеві ідентифікації та стереотипи. Ось деякі приклади французького сленгу, які можуть бути пов'язані з гендером:

- *Mec* — це слово використовується для посилання на чоловіків, або просто як загальний вираз для хлопців.
- *Nana* — французьким терміном для жінки чи дівчини, але він може включати в себе стереотипи про жіночість.
- *Gars* — це ще один спосіб звертатися до чоловіків.
- *Pote* — це слово може вживатися для посилання на друзів чоловіків або жінок.
- *Nanette ma Ginet* — деякі сленгові слова можуть мати жіночий або чоловічий відтінок, додавши суфікс “-ette” (жіночий) чи “-et” (чоловічий).
- *Beau Gosse* — це французький сленговий вираз, що описує привабливого чоловіка, і використовується як похвала.
- *Bombe* — це слово може вживатися для опису жінки, яку сприймають як дуже привабливу, і також є компліментом.
- *Frère (brother) ma frérot (bro)* — це французькі терміни, які вживаються для звернення до чоловіків у виразній та дружній манері, подібно до того, як англомовні користуються виразом “bro”. Обидва терміни є амікальними та молодіжними.
- *Mon vieux* — прямо перекладається як “мій старий” і використовується для виразу дружньої близькості чи дружнього ставлення між чоловіками. Це колоквіальний термін пестоців, який чоловіки вживають між собою, але жінки також можуть використовувати його для звернення до чоловіків (хоча це значно рідше).
- *Mon pote* — це дуже поширений французький сленговий вираз для слова “ami” (друг), і “mon pote” схожий на англійські вирази “mate,” “buddy,” “pal” чи “chum.”

Зазначені приклади надають уявлення про те, як деякі французькі слова та вирази можуть мати статевий відтінок або використовуватися для вираження статевої ролі чи ідентифікації. Як і в англійській, сприйняття та вживання сленгу може змінюватися в різних контекстах та бути пов'язаним із культурними особливостями та суспільними стереотипами.

Отже, словникові та жаргонні вирази в англійській та французькій мовах можуть бути класифіковані за гендерною характеристикою, а також за іншими категоріями, включаючи вік, соціальну та робочу приналежність. Слід враховувати, що сленг створює спеціалізований жаргон для різних спільнот та сфер і може відзеркалювати їхні особливості та ідентичність. У цьому контексті, використання сленгу сприяє побудові спільнот та підкресленню спільних зв'язків у різних аспектах життя, від роботи до культури та спілкування між поколіннями та соціальними класами.

2.2. Слова, що виражають емоції та настрої

Сучасні соціальні мережі відіграють значущу роль у нашому повсякденному житті, створюючи нові можливості для спілкування та вираження емоцій. Цей цифровий простір не тільки дозволяє людям залишати слід у великому світі Інтернету, але й створює світ, в якому мова має особливий відтінок та виразність. Емоційно-забарвлений сленг в листуванні відкриває нові способи вираження наших почуттів і ставить під сумнів традиційні межі мови. У цьому розділі ми дослідимо, як емоційно-забарвлений сленг впливає на взаємодію користувачів у соціальних мережах та як він допомагає виразити та розуміти почуття, що переповнюють нас у цифровому світі.

Сучасна мова листування є гібридною мовою, що використовується в Інтернет-чатах та коротких повідомленнях. Цей новий лінгвістичний код

має ігровий характер та нагадує комбінацію слів, цифр, літер та малюнків, які подібні до ребусів. Всі ці символи призначені для забезпечення стислості, яка абсолютно протилежна загальноприйнятому, обдуманому та нормативному мовленню [37].

Цей спосіб комунікації набув популярності з поширенням комунікаційних технологій в 1990–х роках і отримав назву “мова SMS” завдяки коротким повідомленням SMS. Сьогодні цей стиль письма також використовується для онлайн–чатів, на форумах, в блогах та під час ігор в Інтернеті [33].

Введення в світ інтернет–комунікацій та текстових повідомлень відкрило нові можливості для вираження особистих почуттів, поглядів та взаємодії між користувачами. В цьому розділі будуть представлені та проаналізовані приклади інтернет–сленгу в контексті французької та англійської мов. Ці приклади сленгу демонструють багатогранність та різноманітність виразів, які користувачі використовують для спілкування в онлайн–середовищі.

Для англійської мови найбільш поширеними прикладами сленгу в інтернет–листуванні є наступні:

- *LOL (Laugh Out Loud)* — цей акронім використовується для позначення сміху чи жарту в повідомленнях. Його вживають при обговоренні смішних ситуацій, для вираження емоційного стану.
- *BRB (Be Right Back)* — акронім вказує, що користувач покидає чат або комунікацію на короткий час і обіцяє повернутися. Цей сленг вказує на поведінку користувача в онлайн–спілкуванні.

- *OMG (Oh My God)* — акронім використовується для вираження захоплення, здивування або подиву. Він показує реакцію на щось несподіване чи захоплююче в повідомленні.
- *ICYMI (In Case You Missed It)* — цей акронім вказує на те, що користувач надає інформацію, яка може бути важливою для інших учасників чату, якщо вони пропустили попередні обговорення.
- *FOMO (Fear of Missing Out)* — цей термін відображає страх пропустити щось цікаве або важливе, що відбувається в онлайн-середовищі. Він вказує на емоційний стан користувача.
- *SMH (Shaking My Head)* — цей акронім виражає розчарування, незгоду або негативну реакцію на щось, що було сказано чи зроблено. Він часто використовується як вираження реакції на негативну поведінку чи події.
- *IRL (In Real Life)* — акронім вказує на реальний світ поза Інтернетом чи в офлайн-житті. Він використовується для розрізнення віртуального світу та реального життя.
- *TL;DR (Too Long; Didn't Read)* — сленг, що позначає текст або повідомлення, який є занадто довгими, і користувач не має бажання це читати. Використовується для скорочення довгих текстів.
- *YOLO (You Only Live Once)* — цей акронім надихає на прийняття ризику та вчинення сміливих дій, оскільки ми маємо тільки одне життя. Використовується для вираження сміливості та відваги.
- *AFK (Away From Keyboard)* — акронім вказує на те, що користувач вийшов або тимчасово відсутній від клавіатури та не може відповідати на повідомлення. Використовується для повідомлення про відсутність.

Для французької мови також характерне використання акронімів та скорочень в Інтернет-комунікації. Скорочення (у французькій 'sigle') — це лексичний засіб, який спочатку має денотативну функцію. Скорочення та

абревіатури полегшують комунікацію, синтезуючи розглянутий концепт. Ця синтеза досягається графічним та фонетичним скороченням синтаксичної послідовності, що виражає концепцію. Синтаксична послідовність тим самим скорочується до лексичної одиниці [35].

- *5pa* — скорочене від “*Sympa*,” що перекладається як “симпатичний” або “добрий”. Використовується для оцінки чогось позитивного або захоплюючого. Приклад: “*C 5pa ici*” перекладається як “Тут чудово. Це вказує на використання сленгу для вираження позитивних емоцій та спільної прихильності.
- *AC2N* — скорочене від “*Assez de haine*”. Сленг використовується для вираження соціальних поглядів та підтримки певних ідей або протесту проти негативних явищ.
- *JPP* — скорочення від *J'en peux plus* —цей вираз означає “Я не можу витримати це більше” і використовується, коли хтось виражає нетерпимість до певної ситуації чи обставин.
- *JSPR* — скорочення від *J'espère* — це означає “Я сподіваюся” і використовується для вираження надії на певну подію чи результат.
- *JTM* — скорочення від *Je t'aime* — раз перекладається як “Я тебе кохаю” і вживається для вираження глибокого почуття кохання.
- *CPG* — скорочене від “*C'est pas grave.*” и використовується для вираження відносної безпечності або легкості вирішення ситуацій.
- *DSL* — скорочене від “*Désolé.*” Сленг вживається у значенні вибачення або розуміння чужих почуттів.
- *STP* — скорочення від *S'il te plaît* — цей вираз означає “Будь ласка” і використовується для прохання чи нагадування комусь про ввічливість.
- *CC* — скорочення від *Coucou* — слово вживається для привітання . Воно є дещо невимушеним і дружельюбним способом привітатись.

- *TG* — скорочення від *Ta gueule* — цей вираз означає “Замовкни” чи “Помовчи” і використовується, коли хтось хоче попросити когось замовкнути чи припинити говорити. Важливо відзначити, що цей вираз є дещо грубим і слід використовувати з обережністю.

В інтернеті, зокрема, спілкування за допомогою сленгу стало досить поширеним явищем, і цей сленг може включати в себе не лише аббревіатури та скорочення, але й нестандартні морфологічні форми, які забезпечують швидку та специфічну комунікацію в онлайн–середовищі.

- *Ghost* — цей термін використовується для раптового обриву всієї комунікації з кимось без будь–якого пояснення. Це може бути відображенням культури сучасних інтернет–відносин, де люди можуть легко припинити спілкування в онлайн–середовищі, не бажаючи або не відчуваючи необхідності віддавати раціональні пояснення.

- *Salty* — слово описує когось, хто роздратований, сердитий. Використання цього слова може вказувати на тенденцію в інтернеті перебільшувати власні емоції та виражати незадоволення.

- *Savage* — описує щось надзвичайно хороше або чесне, часто використовується для компліментування гострого, кмітливого зауваження. Використання такого слова може свідчити про прагнення висловити свою прихильність або захоплення в інтернет–середовищі.

- *Lit* — початково використовувалося для опису чогось, що горить або яскраво освітлюється, зараз вказує на щось захоплююче, відмінне чи веселе в інтернет–жаргоні. Це свідчить про еволюцію сленгу під впливом культури масових медіа та інтернету.

- *Shade* — це слово використовується для опису тонкої форми зневажання або глузування когось. Вживання такого слова може вказувати

на розвиток нових способів виразити сарказм або критику в онлайн–спілкуванні.

- *Tea* — у мові інтернет–сленгу “tea” означає цікаві новини. Якщо хтось “проливає чай,” це означає розголошення соковитої або скандальної інформації. Використання цього терміну показує специфічну лексичну інновацію, пов'язану з інтернет–спільнотами.
- *Troll* — початково походить від міфічних істот, а тепер вказує на когось, хто намагається провокувати інших, розміщаючи провокативні або образливі повідомлення в Інтернеті. Це свідчить про специфічну категорію онлайн–комунікантів, які намагаються спровокувати реакції в інтернеті.
- *Flex* — інтернет–мовленні “flex” означає показати свій статус, багатство або досягнення. Це вказує на демонстрацію свого соціального статусу через онлайн–комунікацію та соціальні мережі.
- *Stan* — утворене від пісні Емінема, термін “stan” зараз вказує на фанатичну одержимість кимось. Термін позначає вплив поп–культури на мову та використання артистичних образів для вираження емоцій в інтернет–спілкуванні.
- *Woke* — цей термін описує людей, які свідомі соціальних і політичних нерівностей. Вживання такого слова свідчить про актуальність питань соціальної справедливості в інтернет–спільнотах.

Ці приклади вказують на багатогранність та культурний контекст англійського сленгу в онлайн–комунікації та його різні функції в спілкуванні.

- *Boucler la boucle* — вираз, що вказує на завершення чогось або закінчення кола.
- *Ça roule ?* — вираз означає “Все в порядку?” або “Як справи?”

- *Être dans le brouillard* — використовується в ситуаціях, коли незрозуміло, що відбувається.
- *Ça marche !* — вираз, який позначає згоду або підтвердження, схожий на англійський “That works!”
- *Être au taquet* — вираз, який вказує на максимальну швидкість або напругу.
- *Kiffer grave* — французький сленг, що вказує на сильну симпатію або велике задоволення від чогось.
- *Se prendre la tête* — вираз позначає, що хтось переймається чимось або “перебирається в голові.”
- *Bosser* — це арготичний спосіб сказати “працювати.”
- *Un truc de ouf* — вираз, що вказує на щось дуже вражаюче або неймовірне.
- *Faire la grasse matinée* — термін означає “лежати в ліжку до пізньої години” або “спати довго.”

Емоційно–забарвлений сленг в онлайн–комунікації — це елемент сучасної мовної практики, який виник і розвинувся в контексті спілкування через інтернет та соціальних мереж. Цей сленг може бути виражений у вигляді акронімів, аббревіацій, жаргонних виразів і специфічних символів, що мають яскравий емоційний та експресивний характер.

Однією з основних функцій емоційно–забарвленого сленгу є вираження емоційного ставлення до подій, інформації або співрозмовника. Акроніми, такі як “SMFH” або “TMI,” дозволяють виразити негодування, розчарування або незручність без використання агресивної мови. Вони служать для зменшення напруги у комунікації та вираження співчуття.

Ще однією функцією емоційно–забарвленого сленгу є збереження часу та простору в текстовій комунікації. Акроніми, такі як “ІМО” або

“TL;DR,” допомагають стисло виразити свої думки чи звернути увагу на головну інформацію. Це особливо важливо в умовах обмеження кількості символів, наприклад, у текстових повідомленнях або на платформах соціальних мереж.

З точки зору лінгвістики, емоційно–забарвлений сленг є проявом мовної креативності та адаптації до нових умов спілкування. Він розширює лексичні можливості мови та сприяє формуванню специфічних спільнот і ідентичностей в онлайн–середовищі. Також цей вид сленгу може бути предметом психолінгвістичних досліджень щодо впливу емоційного спілкування на психіку та емоційний стан користувачів.

У сучасному цифровому світі емоційно–забарвлений сленг став важливою складовою мовної практики. Він впливає на спосіб спілкування, взаєморозуміння та вираження емоцій в онлайн–комунікації, а також відкриває нові можливості для вивчення мови в цифровому середовищі.

2.3. Аббревіатури, скорочення та нові слова

У сучасному світі мова є живим та непередбачуваним явищем, яке постійно еволюціонує під впливом культурних, технологічних та соціальних змін. Один з проявів цієї постійної трансформації є використання сленгу, який включає в себе аббревіації, скорочення та неологізми.

Неологізми, створені у вигляді аббревіацій та скорочень, розглядаються як важливий мовний ресурс, який відображає потреби швидкого та лаконічного спілкування в умовах інформаційної перенасиченості.

Патрік Шародо, французький лінгвіст, розрізняє три типи аббревіацій: еліпс, скорочення та аббревіатури. Еліпс полягає в тому, що зі сталих послідовностей слів лише одне слово залишається і замінює всю фразу. Наприклад, з “капітан генерал” стає “генерал” (у військовому контексті). Другим типом аббревіацій є скорочення слова за допомогою відкидання деяких складів. Наприклад, “метро” (замість “метрополітен”). Аббревіатури формуються за допомогою початкових літер слів у сталих фразах. Цей метод застосовується для офіційної назви політичних та професійних організацій, країн і т.д., як наприклад ООН”, “ЮНЕСКО”, “США” [36, 77-89].

У випадку скорочень важливо розрізнити два методи: апокопу та афезу. Апокопа — це процес відкидання одного або кількох складів слова або фрази, які зазвичай розташовані в кінці. Апокопа може бути використана для створення аббревіацій або скорочень, щоб робити мовлення більш лаконічним та зручним. Наприклад, “prof” (від “professeur”) або “intro” (від “introduction”) є прикладами апокопи. Афеза — це процес відкидання одного або кількох складів слова або фрази, які зазвичай розташовані на початку. Афеза також використовується для створення аббревіацій або скорочень, але відбувається в іншій частині слова. Наприклад, “copter” (від “helicopter”) або “phone” (від “telephone”) є прикладами афези. Апокопа використовується для формування багатьох слів у мовленні агломеративного французького (ADC), але вона також поширена в спільному арго і французькій мові загалом. Вона є більш поширеною порівняно з афезою [35].

Неологізми, або новоутворення, є важливою частиною мовного розвитку. Вони можуть виникати у різних контекстах, включаючи сленгове використання. У французькій та англійській мовах також існують приклади неологізмів, які стають частиною сленгу.

Так прикладами такого сленгу в англійській мові є наступні:

- *Blogosphere* — термін, який вказує на всі блоги та активність у Інтернеті.
- *Phablet* — комбінований телефон і планшет (tablet), що відзначається великими розмірами.
- *FOMO* — аббревіація від “Fear of Missing Out” (страх пропустити), що описує страх втратити події чи можливості.
- *App* — скорочення від “application” (додаток), що вказує на програми для мобільних пристроїв.
- *Glamping* — слово, що поєднує “glamorous” (гламурний) і “camping” (кемпінг), використовується для опису комфортного кемпінгу.
- *Mansplain* — від “man” (чоловік) і “explain” (пояснювати), використовується для опису ситуацій, коли чоловіки надмірно пояснюють жінкам речі, які ті вже знають.
- *Infodemic* — поєднання “information” і “epidemic,” використовується для опису поширення великої кількості недостовірної інформації.
- *Zoom-bombing* — описує ситуацію, коли несанкціонована особа відвідує відеоконференцію на платформі Zoom і завдає перешкоди.
- *Podcastemic* — поєднання “podcast” і “pandemic,” використовується для опису збільшення популярності подкастів під час пандемії.
- *WFH* — аббревіація від “Working From Home,” що описує нове явище у суспільстві, коли робота з дому стала більш поширеною за часів пандемії.

Приклади французької мови:

- *Selfie* — слово, що описує самостійно зроблене фото себе.
- *Tweeter* — дія, що вказує на публікацію повідомлення на Twitter.
- *Rebeu* — неологізм, що вказує на молодого арабського чоловіка.
- *Filtrouille* — поєднання слів “filtre” (фільтр) і “trouille” (страх), використовується для опису фільтрів в соціальних мережах, які призводять до страху від негативного контенту.

- *Binge-watcher* — від англійського “binge-watching,” це описує практику дивитися безперервно багато серіалів чи фільмів.
- *Nouillorcisme* — поєднання слів “nouille” (тріска) і “narcissisme” (нарцисизм), використовується для опису занурення в себе, особистісного надміру у соціальних мережах.
- *TikTokkeur* — термін для активних користувачів платформи TikTok, які створюють відеоконтент.
- *Covidiot* — поєднання “Covid” і “idiot,” використовується для опису людей, які не дотримуються правил під час пандемії COVID-19.
- *Déconfinement* — нове слово, що виникло внаслідок пандемії, описує процес послаблення обмежень та виходу з карантину.

Семантично-морфологічний аналіз вибірки сленгових слів у французькій та англійській мовах показує різноманітність та креативність у формуванні неологізмів та сленгових виразів. У вибірці присутні наступні типи сленгових слів:

Абревіації та скорочення: “App” (скорочення від “application”) вказує на програми для мобільних пристроїв. “Phablet” поєднує “phone” та “tablet” і відзначається великими розмірами.

Неологізми (нові слова): “Blogosphere” відображає активність у Інтернеті та вказує на всі блоги. “Zoom-bombing” описує ситуацію, коли несанкціонована особа завдає перешкоди на платформі Zoom. “Covidiot” поєднує “Covid” і “idiot” для опису людей, які не дотримуються правил під час пандемії COVID-19. “Déconfinement” є новим словом, яке виникло внаслідок пандемії і описує процес послаблення обмежень та виходу з карантину.

Формація слів: В англійській мові можна виділити апокопу (відкидання кінцевих складів) та афезу (відкидання початкових складів) у словах “FOMO,” “glamping,” “mansplain,” “infodemic,” “WFH.” У

французькій мові також присутня апокопа та афреза у словах “Rebeu,” “Filtrouille,” “Nouillorcisme,” “TikTokeur.”

Неологізми, утворені у формі аббревіацій та скорочень, відображають спроби мовної спільноти адаптуватися до зростаючої потреби у швидкому та лаконічному спілкуванні. Ці нові слова та вирази стають важливими інструментами для виразу сучасних ідей, технологій та культурних тенденцій.

Важливо розуміти, що аббревіації та скорочення можуть приймати різні форми і служити різним цілям, від полегшення мовлення до вираження індивідуальності та приналежності до певної мовної спільноти. Іноді ці нові слова набувають широкої популярності, стаючи частиною загального лексикону, а іноді залишаються обмеженими сленговими термінами.

Усі ці лінгвістичні явища вказують на гнучкість та адаптивність мови, яка постійно змінюється разом із світом, в якому ми живемо. Розуміння та вивчення цих процесів має важливе значення для мовознавства та для всіх, хто цікавиться розвитком мови в контексті сучасного суспільства. Способи перекладу українською мовою сленгу французької та англійської мови

Висновки до розділу II

Сучасний молодіжний сленг англійської та французької мови можна розділити за різним типами та категоріями.

Так, за соціальним статусом та приналежністю до групи, сленг можна розділити за такими категоріями:

- Географічною варіацією.
- Соціокультурною варіацією.
- Варіацією, пов'язаною з приналежністю до різних поколінь.
- Варіацією, яка виникає в залежності від ситуації мовлення або письма та її компонентів.
- Гендерною варіацією.

Ще одним феноменом французької мови, що відіграв важливу роль у формуванні мовної ідентичності певних географічних груп, є верлан. Будь-який сленг може виражати емоційний стан мовця. Англійський та французький сленг наповнений різноманітними формами сленгу, щоб зробити спілкування емоційно-забарвленим та більш лаконічним. Саме тому така мова вдається до скорочень, використання акронімів, поєднання символів, літер на цифр. Емоційно забарвлений сленг в онлайн-комунікації є важливою складовою мовної практики, а нові слова, створені за допомогою аббревіатур і скорочень, стають важливими інструментами вираження сучасних ідей, технологій і культурних тенденцій.

III. СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ СЛЕНГУ ФРАНЦУЗЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Переклад сленгу — це процес перенесення інформації, закодованої в сленгових виразах однієї мови на іншу мову таким чином, щоб зберегти виразність, емоційність і культурний контекст, характерні для оригінального сленгу, але зрозуміти та прийнятні для аудиторії цільової мови. Переклад сленгу вимагає від перекладача тонкого балансу між вірною передачею сенсу та збереженням стилістичних та культурних особливостей.

При перекладі сленгу важливо використовувати різні стратегії. Однією з таких стратегій є використання аналогій та порівнянь, що мають подібні сенсові асоціації для аудиторії цільової мови. Це допомагає передати ідеї, які властиві сленговим виразам, через вже знайомі концепти та вирази. Фразеологізми, стереотипи та популярні культурні вирази також корисні, оскільки вони можуть відображати сенс сленгового виразу та робити його більш доступним для читачів цільової мови, оскільки вони вже відомі та розповсюджені.

Адаптація та локалізація є не менш важливими, особливо при перекладі регіональних варіацій сленгу. Тут важливо змінити сленговий вираз так, щоб він відповідав культурному, соціальному та регіональному контексту цільової мови.

Перекладачі також можуть додавати пояснення та контекстуалізацію для забезпечення зрозуміння сенсу та використання сленгового виразу. Це може бути в анотаціях, поясненнях або додатковому контексту в тексті.

Не менш важливою є здатність зберігати емоційність та інтонацію оригінального сленгу. Використання мовних засобів, що передають емоційну насиченість та тон оригіналу, допомагає зберегти характерні риси сленгу під час перекладу. Усі ці стратегії сприяють успішному перекладу сленгових виразів, забезпечуючи зрозумілість та відтворення сенсу, емоцій та культурного контексту оригіналу.

Оскільки багато з цих критеріїв взаємовиключні, не слід очікувати, що сленгові вирази будуть відповідати всім критеріям одночасно. Однак переклад повинен відповідати принаймні деяким із них та зберігати значення виразу в початковій мові [44].

3.1. Засоби перекладу англійського сленгу

Переклад сленгових виразів — завдання, яке вимагає від перекладача не лише знання мов, а й глибокого розуміння культурних контекстів та вміння зберігати вірність сенсу та стилістики оригіналу. Відтак, вибір оптимального методу перекладу стає ключовим завданням [3]. Для зручності, ми розглянемо п'ять найбільш поширених методів:

Підбір відповідника: Цей метод включає в себе пошук відповідників англійських сленгових виразів в українській мові. Для цього потрібно віднайти український вирази або сформувані новий, який найкраще передасть сенс і стилістику оригіналу. Цей метод дозволяє зберегти специфіку мови та культурного контексту цільової аудиторії.

- Throw shade (subtly criticize or insult someone) — Підколювати когось (у значенні жартувати).
- Lit (excellent or exciting) — круто .
- Hang out (spend time with friends casually) — тусити.
- Buzzkill (someone who ruins the fun or excitement) — розводняк.

- Dude — братан або чувак.
- Freaking out — зійти з глузду.
- Hit the hay (to go to bed) — лягти спати або піти на баньку.
- Kidding (joking or not being serious)— жартую.
- Fella a guy or fellow — пацан або чувак.
- Lame (uncool or boring) — нудний або нецікавий.
- Chill out — розслабся або відпочинь.
- Cool — класно або круто.
- Don't sweat it — не парся або не хвилюйся.
- Sick (used to describe something cool or impressive)— клас або круто.
- Dead end (a situation with no hope of progress or success)— тупик (у контексті ситуації без надії на розвиток або успіх).

Цей метод дозволяє зберегти ідіоматичний вираз та виразність англійського сленгу при його перекладі на українську мову, забезпечуючи зрозумілість та природність в українському контексті.

Транскрипція та транслітерація: Використання цього методу передбачає перенесення звуків або літер англійських сленгових виразів на українську мову, зазвичай за допомогою фонетичної або літературної транскрипції. Це сприяє збереженню звукової схожості та вимови слів між мовами.

- *OMG* (Oh my God!) — О-ем-джі.
- *LOL* (Laugh out loud)— ЛОЛ.
- *ROFL* (Rolling on the floor laughing) — РОФЛ.
- *Chillax* (chill + relax) — чілакс.
- *Selfie* (self + photo) — селфі.
- *Hater* (someone who hates) — хейтер.
- *Buddy* (friend) — бадді.

- *Cool* (excellent) — кул.
- *Meme* (an internet cultural symbol) — мем.
- *Vlog* (a video blog) — влог.
- *Hipster* (a person who follows the latest trends, especially in fashion and lifestyle) – хіпстер.
- *Chill* (to relax or unwind) — чіл.
- *Snack* (an attractive person) — снєк.
- *Rock and roll* (a style of popular music with a strong, fast beat — рок-н-рол.

Цей підхід дозволяє зберегти автентичність та експресивність англійського сленгу під час його передачі українською мовою, забезпечуючи при цьому зрозумілість і природність в українському контексті.

Ці приклади представляють різноманітні аспекти англійського сленгу та можуть бути передані на українську мову за допомогою транскрипції або транслітерації.

Калькування: Цей метод передбачає буквальний переклад англійських сленгових виразів на українську мову, зберігаючи структуру та граматику оригіналу. Це може включати формування нових слів на основі лексики обох мов. Калькування допомагає зберегти сенс та основну ідею оригіналу.

- *Brainstorm* (a spontaneous group discussion to produce ideas and ways of solving problems) — мозковий штурм.
- *Breakdown* (a sudden collapse of a mental or emotional state) — розлад.
- *Fireworks* (an event or situation that is exciting or dramatic) — вогняне шоу.

- *Speed dating* (a way to meet potential romantic partners by briefly talking to a series of individuals) — швидкісні побачення.
- *Cover-up* (an attempt to prevent people from discovering the truth about a situation) — приховування.
- *Junk food* (food that is unhealthy, usually high in fats, sugars, and low in nutritional value) — шкідлива їжа.
- *Bookworm* (a person who enjoys reading and studies a lot) — книгомол.
- *Rooftop party* (a party held on the roof of a building) — вечірка на даху (у контексті вечірки, яка проводиться на даху будівлі).
- *Inbox* (a folder or location in email for receiving new messages) — вхідні (у контексті електронної пошти).

Описовий переклад: Цей підхід передбачає надання докладного опису сенсу англійського сленгового виразу, використовуючи українські слова та фрази. Це дозволяє читачам зрозуміти значення слова без прямого перекладу. Описовий переклад особливо корисний у випадках, коли немає точного еквівалента в українській мові.

- *Couch potato* (a person who spends a lot of time sitting and watching television) — людина, яка проводить багато часу сидючи і дивлячись телевізор.
- *Third wheel* (a person who is with a couple but feels like an extra or unnecessary person) — людина, яка перебуває з парою, але відчуває себе зайвою чи непотрібною.
- *Silver screen* (referring to the movies or cinema) — велике кіноекран, фільми чи кінематограф.
- *Dead-end job* (a job with no prospects for advancement or career growth) — робота без перспектив для кар'єрного зростання.

- *Rain check* (a polite way to decline an offer or invitation, suggesting that you may accept it later) — відмова з обіцянкою можливого прийняття пропозиції пізніше.
- *Foodie* (a person who is passionate about food and enjoys trying different cuisines) — людина, яка палко захоплюється їжею та любить спробувати різні кухні.
- *To hit the sack* (to go to bed or sleep) — лягати спати.
- *To spill the beans* (to reveal a secret or disclose information) — розголошувати секрет або розголошувати інформацію.
- *To tie the knot* (to get married)— одружитися.
- *Penny pincher* (a person who is very thrifty or frugal with money — людина, яка дуже бережлива або економна з грошима.
- *To keep one's cool* (to remain calm and composed in a difficult situation) — зберігати спокій та самовладдя в складній ситуації.
- *To spill the tea* (to share the latest gossip or juicy details) — розповісти останні чутки або соковиті деталі.
- *To throw shade* (to make disrespectful or critical comments about someone) — демонструвати неуважні або критичні коментарі щодо когось.
- *To hit the road* (to start a journey or leave a place) — розпочати подорож або покинути місце.
- *To ghost someone* (to suddenly stop all communication with someone, typically in a dating context) — негайно припинити будь-яке спілкування з кимось, зазвичай у контексті побачень.
- *A thirst trap* (a social media post or photo intended to attract attention or compliments) — публікація чи фотографія в соціальних мережах, призначена для привернення уваги чи компліментів.
- *To bounce back* (to recover quickly from a setback or difficult situation) — швидко відновитися після різкого впливу чи складної ситуації.

- *A hatfish* (someone who looks attractive while wearing a hat but less so without it) — людина, яка виглядає привабливо в шапці, але менше привабливо без неї.
- *To spill the beans* (to reveal a secret or disclose confidential information) — розкрити секрет чи розголосити конфіденційну інформацію.

Пряме включення: Цей метод передбачає залишення англійського сленгового виразу в оригінальній формі, можливо з додатковими поясненнями чи контекстом для українських читачів. Пряме включення може бути корисним, коли оригінальний сленг важко адаптувати чи коли він має особливу важливість для тексту.

- *FOMO* (Fear of Missing Out) — FOMO (Fear of Missing Out) — страх пропустити події чи можливості.
- *YOLO* (You Only Live Once) — YOLO (You Only Live Once) — живеш лише раз.
- *BFF* (Best Friends Forever) — BFF (Best Friends Forever) — найкращі друзі назавжди.
- *LOL* (Laugh Out Loud) — LOL (Laugh Out Loud) — сміятися вголос.
- *BRB* (Be Right Back) — bBRB (Be Right Back) — повернусь незабаром.

Ці англійські абрєвіатури і фрази вже стали загальноновживаними в онлайн-спілкуванні і текстових повідомленнях, і їхнє пряме включення в український текст забезпечує зрозумілість для користувачів цільової мови.

- *IRL* (In Real Life) — IRL (In Real Life) — в реальному житті.
- *TMI* (Too Much Information) — TMI (Too Much Information) — Забагато інформації.
- *DIY* (Do It Yourself) — DIY (Do It Yourself) — Зроби сам.

- *FYI* (For Your Information) — FYI (For Your Information) — Для вашої інформації.
- *Cool* — cool — класний, крутий.
- *Fashionista* — fashionista — модниця.
- *Showtime* — showtime — час діяти.

Ці слова і фрази вживаються в розмовному мовленні та можуть бути відтворені в українському тексті без змін, зберігаючи їхній оригінальний сенс та виразність.

Обрання конкретного методу перекладу залежить від конкретного контексту та мети перекладу. Важливо підтримувати баланс між збереженням оригінального сенсу та адаптацією до культурного контексту цільової мови для досягнення успішного перекладу сленгових виразів.

3.2. Засоби перекладу французького сленгу

Французький сленг, як важлива складова французької мови, відображає не лише лінгвістичні аспекти, але й культурний контекст сучасного французького суспільства. Переклад французького сленгу іншою мовою, у тому числі українською, може бути завданням, що вимагає креативності та уваги до деталей.

Для перекладу французького сленгу можна застосувати ті ж методи, а саме: пошук українського відповідника, транскрипція/транслітерація, калькування, описовий переклад та пряме включення.

Один із ефективних методів перекладу французького сленгу полягає в активному пошуку відповідників українських сленгових виразів. Цей підхід включає в себе виявлення виразів, що мають близьке значення та стилістику в українській мові, або формування нових, які на найкращий

спосіб відтворюють сенс та виразність оригіналу. Використання українських відповідників дозволяє зберегти специфіку мови та культурного контексту цільової аудиторії, створюючи переклад, який є не лише лінгвістично точним, а й адаптованим до менталітету та виразності українського оточення.

- *Bagnole* (автомобіль, машина) — тачка.
- *Frangin* (брат, приятель) — бро, чувак.
- *Fringues* (одяг) — одяг, шмотки.
- *Blé* (гроші) — гроші, бабки.
- *Gosse* (дитина, хлопчик) — бейбік.
- *Thune* (гроші, готівка) — гроші, готівка.
- *Boulot* — Робота, робочий день.
- *Bouffer* — жерти.

Перекладач може також затосувати метод транскрипції чи транслітерації для передачі французького сленгу, щоб передати автентичний звуковий образ.

- *Bonjour* — вираз привітання, що може вживатися неформально — бонжур.
- *Ciao* — прощання, яке також використовується для привітання — чао
- *Déjà vu* (де жа вю) — сприйняття того, що ви вже бачили чи досвіджували цю ситуацію раніше — дежавю.

Іншою стратегією є калькування, коли перекладач використовує слова або вирази української мови, що мають схоже звучання або семантику.

- *C'est la vie* — це життя.
- *Ça marche* – це працює, домовились.
- *Ramer* (букв. “гребти”) — вигрібати (вживається для опису невдач або важкостей у вирішенні певних завдань).
- *C'est n'importe quoi* — це дурниця, нісенітниця.

- *Être sur la même longueur d'onde* (букв. “бути на тій самій хвилі”) — бути на тій самій хвилі (вживається для опису рівної згоди чи розуміння).
- *Tenir le coup* (букв. “тримати удар”) — тримати удар (вживається для опису здатності витримувати тиск або труднощі).

Описовий переклад дозволяє зберегти сенс виразу, розкриваючи його значення. Замість буквального перекладу фрази, перекладач може використовувати пояснення.

- *Donner un coup de main* — допомогти.
- *Se prendre la tête* — втомлюватися через щось.
- *Avoir le coup de foudre* — захоплюватися кимось.
- *C'est du gâteau* — це дуже просто.
- *Jeter l'éponge* — здатися.
- *Avoir le cafard* — бути сумним, пригніченим.
- *Se noyer dans un verre d'eau* (букв. тонути в склянці води) — вживається для опису того, хто перебільшує зі своїми проблемами або непорозуміннями.
- *Faire du leche-vitrines* — розглядати вітрини без покупок.
- *Être à l'ouest* — бути розсіяним, далеким від реальності.
- *Faire un tabac* — викликати велике зацікавлення чи успіх.
- *Avoir la flemme* — бути лінивим.
- *En avoir ras le bol* — достатньо, набридло.
- *Faire la grasse matinée* — спати довго вранці.
- *Mettre les voiles* — зникати, втікати.
- *Ça ne casse pas trois pattes à un canard* — це не особливо цікаве або видатне.

Пряме включення французького сленгу в текст українською є ще однією можливістю. Це може бути корисним для збереження оригінального колориту та автентичності.

- *C'est la vie* — *C'est la vie*.
- *Oh là là* — Вираз експресії, що вказує на враження від чогось цікавого чи несподіваного.

3.3. Використання сленгу в розмовній і писемній мові

Питання використання мови має безліч аспектів, таких як типи мови, соціокультурні та когнітивні чинники, вплив різних стилів мовлення на спосіб мислення людей. Використання сленгу, як виразного елемента мови, в сучасному суспільстві виявляється не лише в усному спілкуванні, але й в письмовій формі, що створює цікавий контекст для вивчення лінгвістами та культурологами. У цьому розділі ми проаналізуємо явище використання сленгу в обох формах мовлення, спробуємо виявити його особливості та вплив на комунікативний процес.

Усна та письмова мови поділяють багато загальних рис, і деякі форми виразу можуть бути схожими незалежно від того, чи вони використовуються усно чи в письмовій формі. Тому не варто обмежуватися порівнянням “усного” та “письмового” мовлення, акцентуючи різноманіття стилів у обох режимах..

Варто враховувати різні фактори, такі як контекст використання мови, мета мовця або письменника, а також предмет сказаного чи написаного. Письмо розширює можливості використання мови та доповнює мовний репертуар. Важливо підкреслити, що використання мови є гнучким, і елементи стилів можуть взаємодіяти між усною і письмовою формами, що робить мовний репертуар більш динамічним та адаптивним до різноманітних ситуацій [29, 83].

Усна мова виступає невід'ємною частиною культурного вираження, де сленг набуває особливого резонансу. В усному спілкуванні він часто використовується для створення спільності, визначення групової ідентичності та зміцнення соціокультурних зв'язків.

Важливо враховувати, що усна форма мовлення посилює емоційний вислів, тому сленг може відігравати ключову роль у створенні емоційно-забарвлених або гумористичних ситуацій.

Словник усної мови має ймовірність містити як нові слова, так і нові значення старих слів, які відсутні у писемному словнику. У той же час писемний словник може зберігати старі слова та старі значення слів, які вийшли з ужитку усної мови. Нові використання, що виникають усною мовою, можуть з часом потрапити у писемний словник та інтегруватися там безперешкодно.

Можливо, усна мова компенсує свою обмежену лексичну різноманітність та надає свободу вираження. Інноваційність та свобода словникового запасу менше важлива в письмі, де головне — мати сталий асортимент багатьох тонко різних елементів для вибору. Усна мова досягає лінгвістичної багатоступінчастості через постійні зміни в межах певних рамок [29].

Письмо надає більше часу і, у кінцевому рахунку, більше ресурсів для вибору слів та виразів. Процес вибору слів у мовленні і письмі значно відрізняються. Говорити необхідно миттєво, в той час як письмо — це повільний і редагований процес. Усно вибираючи слова, ми маємо обмежений час.

Сленг може використовуватися в різних письмових джерелах, включаючи:

Газети та журнали. Сленг може зустрічатися в газетних статтях, особливо в колонках або матеріалах, що стосуються поп—культури, розваг, або молодіжного життя:

- The CEO's decision to 'cut the cord' on the failing project raised eyebrows in the business world. — (Рішення генерального директора “відсікти” провалилий проект викликало здивування у бізнес—середовищі.)
- Les étudiants ont séché les cours.” (Студенти прогуляли заняття.)

Книги. Досить часто автори можуть використовувати сленг для створення аутентичних діалогів або передачі специфічного стилю мовлення персонажів у художній літературі.

- *Персонаж 1:* Il faut que je file, j'ai un boulot monstre à finir.
Персонаж 2: Pas de problème, prends le temps qu'il te faut.
- The protagonist was a 'night owl,' preferring the city's vibrant nightlife over early mornings in the suburbs. —Протагоніст був “совою,” віддававший перевагу жвавому нічному життю міста перед ранковими годинами в передмісті.

Наукові та академічні роботи. Залежно від теми дослідження та стилістики автора, сленг може використовуватися в академічних текстах для передачі нюансів або особливостей термінології.

- The research findings shed light on the 'gender pay gap' within the tech industry. — Висновки дослідження проливають світло на “різницю в заробітній платі за гендерним принципом” у технологічній галузі.

Наукові роботи і академічні тексти, як правило, використовують формальну мову, і вживання сленгу в них не є типовим. Однак можливо

включити терміни чи вирази, які мають невеликий ступінь неофіційності, але залишаються прийнятними для наукового спілкування.

Соціальні мережі та блоги. В інтернет-контенті, такому як пости у соціальних мережах чи блоги, велика кількість сленгових виразів може використовуватися для вираження особистих думок, емоцій, або ставлення до подій.

- Facebook:
 - “Had a blast at the concert last night! ☐ #GoodVibesOnly”
(Прекрасно провів(ла) час на концерті вчора ввечері! ☐)
- Twitter:
 - “Just binge-watched the entire season. No regrets!
#NetflixAndChill” (Тільки що дивився(ла) весь сезон. Без жодних вагань! #NetflixAndChill)
- Instagram:
 - “OOTD — Feeling fierce in my new threads! ☐ #FashionGoals”
(Образ дня — почуваю себе сміливо в нових речах! ☐
#FashionGoals)
- TikTok:
 - Відео з викликом: “Jumped on the latest trend! Can you do it too?
#TrendChallenge” (Приєднався(лась) до останнього тренду! А ти зможеш це зробити? #TrendChallenge)
- Facebook:
 - “J'ai passé une super journée avec mes potes ! #LaVieEstBelle” (Я провів(ла) суперовий день з друзями! #ЖиттяПрекрасне)
- Twitter:

- “Trop heureux(se) d'avoir décroché ce job ! #NouvelleAventure”
(Дуже щасливий(а), що вдалося взяти цю роботу!
#НоваПригода)
- Instagram:
 - “Selfie du jour — trop de fun en ville ! ☐ #VieDeCité” (Селфі дня
— велика веселощі у місті! ☐ #МіськеЖиття)
- TikTok:
 - Відео з танцем під гасло: “Nouveau challenge accepté ! ☐
#DanceChallenge” (Прийнято новий челендж! ☐
#ТанцювальнийЧелендж)

Ці приклади свідчать про те, що сленг може зустрічатися в різних письмових джерелах, і використовується залежно від контексту та мети автора.

Безумовно, сленг асоціюється безпосередньо з усною мовою, адже це його основне джерело формування та поширення.

В усній мові сленг містить наступні характеристики:

- Неформальність та Близькість: Сленг відзначається своєю неформальністю і близькістю. Він часто віддзеркалює загальний досвід, культуру та ідентичність певної групи, такої як друзі, ровесники або приналежні до певної субкультури.
- Експресивність: Сленг додає високий рівень експресивності до комунікації. Він може виражати емоції, ставлення чи нюанси, які можливо не так ефективно виражаються за допомогою офіційної мови. Терміни сленгу часто вибираються за їхньою яскравістю та емоційністю.

- Спілкування у групі: Сленг часто використовується в межах конкретних соціальних груп або спільнот. Він сприяє відчуттю приналежності та співдружності серед членів групи, створюючи унікальну форму спілкування, яка може залишатися неповністю зрозумілою для сторонніх.
- Динаміка та сучасність: Сленг є динамічним та швидкозмінним. Нові терміни з'являються, набувають популярності та, іноді, виходять з ужитку. Він часто відображає актуальні тенденції, суспільні зміни чи вплив популярної культури.
- Адаптивність: Сленг легко адаптується до конкретного контексту. Мовці можуть перемикатися між формальними та сленговими виразами залежно від соціального середовища, взаємин між співрозмовниками та атмосфери бесіди.
- Вплив молодіжної культури: Сленг є особливо поширеним у молодіжній культурі, де він служить маркером ідентичності та бунтарства. Молодше покоління часто використовує сленг для відмежування від старших та створення відчуття унікальності.
- Гра слів: Сленг часто включає гру слів, творчі вирази та переосмислення існуючих слів для нових значень. Ця мовна творчість є важливою рисою використання сленгу.
- Проблеми стандартизації: Сленг створює проблеми для стандартизації через його неофіційний та різноманітний характер.

Користувачі мови, чи то усні чи письмові, володіють певним набором змінних засобів. Кожен мовець чи письменник володіє арсеналом прийомів, які поєднуються в різних комбінаціях в залежності від контексту, мети та предмета мовлення. Іншими словами, мова адаптується до свого змінного оточення.

Висновки до розділу III

Переклад сленгових виразів вимагає глибокого розуміння культурного контексту та вміння зберегти значення та стиль оригіналу. Для успішного перекладу можна використовувати різні методи, такі як пошук еквівалентів, транскрипція, описовий переклад і пряме включення.

Переклад сленгових виразів та аббревіатур з англійської на українську може виявитися викликом через культурні та мовні відмінності. Деякі терміни мають аналоги або еквіваленти в українській мові, тоді як інші можуть вимагати творчого перекладу чи пояснення. Значна частина англійського сленгу є вже поширеною в українській мові. Це спричинено активному поширенню цієї мови в соціальних мережах. Тому більшість сленгу можна транслітерувати чи транскрибувати українською.

Щодо перекладу французького сленгу, найбільш поширеними методами є пошук відповідника, описовий переклад та калькування.

Сленг неофіційно використовується в різних письмових джерелах і відображає спільний досвід, культуру та ідентичність певної групи. Так сленг притаманний не лише усній, а писемній формі мови. Безумовно усна та письмова мова мають багато відмінностей. Основними джерелами використання сленгу в письмовій мові є: газети, книги, наукові та академічні роботи та соціальні мережі.

Неформальність та близькість, експресивність, спілкування у групі, динаміка та сучасність, адаптивність, вплив молодіжної культури, гра слів — це ключові характеристики сленгу. Важливо враховувати його динаміку, адаптивність до контексту та вплив на формування ідентичності. Проте, проблеми стандартизації можуть виникнути через постійні зміни та індивідуалізацію використання сленгу.

ВИСНОВОК

У підсумку, наша наукова робота з аналізу англійського та французького сленгу та мовних реєстрів надає глибоке розуміння багатогранності цієї мови в її різних аспектах. Ми розглядали семантичні, структурні і прагматичні особливості сленгу, вивчаючи його походження, еволюцію та вплив на соціальні стосунки та культурну ідентичність.

Сленг, який використовується в розмовній та писемній формі мови, є важливим аспектом вираження ідентичності та спілкування в межах соціальних груп. Його характеристики, такі як неформальність, експресивність, спілкування у групі, динаміка та адаптивність, визначають його роль в сучасному мовленні. Сленг є живим та постійно змінюючимся явищем, яке відображає соціокультурні тенденції та взаємодію різних мовних спільнот.

Крім того, аналіз сленгу англійської та французької мов вказує на його глибокі історичні корені та постійний еволюційний процес. Специфічні особливості молодіжного сленгу свідчать про його роль у формуванні культурної та ідентичності молодіжних груп.

Подальше доповнення нашого дослідження охоплює вивчення англійського та французького сленгу, розкриваючи його семантичні та структурні особливості. Англійський сленг, як і французький, є важливим елементом мовного різноманіття та культурної виразності.

При перекладі сленгових виразів важливо враховувати культурний контекст та використовувати різні методи для збереження експресивності та стилю оригіналу. Ми детально розглянули аспекти перекладу французького та англійського сленгу українською мовою. Зокрема, ми

розглядали використання відповідників, транскрипції, транслітерації, калькування, описового перекладу та прямого включення для передачі особливостей та виразності сленгових виразів в іншій мові.

У висновку можна зазначити, що сленг відіграє важливу роль у сучасному спілкуванні та є не тільки мовним, а й культурним явищем. Дослідження семантичних, структурних та прагматичних аспектів сленгу розкриває його внесок у формування культурних та мовних тенденцій суспільства. Така робота є важливим внеском у розуміння ролі сленгу та мовних реєстрів у сучасному світі і визначає їхнє значення для збереження та розвитку мовної культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грабовий П. Дослідження українського молодіжного сленгу в аспекті мовної картини світу. Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2009. Вип. 81 (3). С. 260–263.
2. Грабовий П. Молодіжний сленг у системі соціолектів сучасної української мови //Лінгвістичні студії: Збірник наукових праць./ уклад. А. Загнітко. Донецьк, ДонНУ. 2008. Вип. 16. С. 294-297.
3. Козаченко І.В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. № 25. С. 166–168
4. Кондратюк О. Молодіжний сленг як мовне явище.urs. – Львів, 2005. – № 38. – Rezhym dostupu : <http://www.ji.lviv.ua/n38texts/38-zmis>
5. Кубійович В. Енциклопедія українознавства [у трьох томах] / уклад. – К. : Ін-тукр. археографії НАН України, 1995. – Т.3 – 423 с. с. 285.
6. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.
7. Мартос С. А. Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Луганськ, 2006. 20 с
8. Матвіяс І. Г. Українська мова і її говори. Київ : Наук. думка, 1990. 168 с.
9. Русанівський В. М. (співголова), Тараненко О. О. (співголова), Зяблюк М. П. та ін. Українська мова : енциклопедія / – К. : Вид-во “Укр. енцикл.” ім. М.П. Бажана, 2004. – 824 с., с. 151.
10. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с. Вилюман В.Г. О способах

- образования слов слэнга в современном английском языке. Ученые записки ЛГПИ им. А.И. Герцена. – Т. III. – 1958. – С. 34
- 11.Словник молодіжного сленгу : рофл, флекс, крінж та інші неологізми підлітків. URL: <https://iod.media/article/slovník-molodizhnogoslengu-rofl-flekskrinzh-ta-inshi-neologizmi-pidlitkiv-3018>
 - 12.Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг / Л.О. Ставицька. –К. : Критика, 2005. – 462 с. с. 42.
 - 13.Ставицька Л. О. Короткий словник жаргонної мови. Київ : Критика, 2003. 336 с.
 - 14.30 Examples of Incredible Professional Slang. Oxford royale <https://www.oxford-royale.com/articles/professional-slang/>
 - 15.Armstrong, Nigel, and Alan Smith. 2002. The influence of linguistic and social factors on the recent decline of French ne. French Language Studies 12.23-41.
 - 16.Chafe, W; Danielwicz, Jane Properties of Spoken and Written Language. Technical Report No. 5.California Univ., Berkeley. Center for the Study of Writing 1987.
 - 17.Crystal, D. The Cambridge Encyclopedia of Language. Cambridge: CambridgeUniversity Press 1987.
 18. Farmer J.S. Slang and its Analogues. Past and Present. A Dictionary, Historical and Comparative, of the Heterodox Speech of All Classes of Society for more than Three Hundred Years. With Synonyms in English, French, German, Italian, etc. / Edited by J.S 1890.
 19. Fasola, Jelena. Slang and its history. United States 2012.
 20. Julie Coleman. The life of slang.2 - Language Arts & Disciplines -OUP Oxford, Mar 8, 201. 368 pages
 21. Lefkowitz, N. J. Verlan: Talking Backwards in French. The French Review, 63(2), 1989, 312–322. <http://www.jstor.org/stable/394763>

22. Marchand H. The Categories and Types of Present-Day English WordFormation. – Wiesbaden, 2008. – 370 p
23. Mattiello, Elisa. An Introduction to English Slang. New York. M&C/ 2005.
24. Oglu Ibrahim, Ulfet Zakir. “Functioning and Oral Interpretation of Initialisms and Acronyms in the French Daily Press”. Kalbotyra 74 (September): 2021, 88-103.
25. Partridge E. Slang today and yesterday. NewYork : TheMacmillan,2007. ix, 476 p
26. Pei M. The Story of Language. – New York: The New American Library of World Literature, Inc., 1964. – p. 143-153.
27. Smith-Hefner, Nancy J. 2007.“Youth Language, Gaul Sociability, and the New IndonesianMiddle Class.”Journal of Linguistic Anthropology17ð2P: 184–203
28. Chantler A. and Dente C. Translation Practices. Through Language to Culture. Amsterdam - New York, NY 2009.
29. Dictionnaire français Larousse. Accès : [www.https://www.larousse.fr/](http://www.larousse.fr/)
30. Dubois, J. Dictionnaire du francais contemporain. Paris: Libraire Larousse. 1973, 102p.
31. Académie française. Dictionnaire de l’académie française. (9e éd.). Paris: French et European Pubns Dictionnaire anglais-français Linguee. 1992. Accès : [www. https://www.linguee.fr/](http://www.linguee.fr/)
32. Argots à base française : Jargon. Accès : [www. https://fr.wikiversity.org/wiki/Argots_%C3%A0_base_fran%C3%A7aise/Jargon17](http://fr.wikiversity.org/wiki/Argots_%C3%A0_base_fran%C3%A7aise/Jargon17)
33. Boyer H. « Nouveau français », « parler jeune » ou « langue des cités » ? Remarques sur un objet linguistique médiatiquement identifié », Langue française, No 114, 1997, 6-15.

34. Calvet, L. Le phénomène des sigles en français contemporain. Paris : Université de Paris (Sorbonne).
35. CHARAUDEAU: Grammaire du sens et de l'expression. Paris, Hachette Éducation 1992.
36. Chautard, É. La Vie étrange de l'argot. Paris: Denoël. – 1932 - 720
37. Dictionnaire français Le Robert. Accès : www.https://dictionnaire.lerobert.com/definition 46
38. Favre, P. Dictionnaire javanais-français. Sacramento: Creative Media Partners, LLC 2022.
39. Gasciani, C. Histoire de l'argot. Paris: Flammarion. 1948, 54p. p5
40. Goudailler, J. P. De l'argot traditionnel au français contemporain des cités, 2002, 5-24p.
41. Goudaillier, J. P. Comment tu tchatches. Dictionnaire du français contemporain des cités. (3e éd.). Paris: Maisonneve et Larose, 2001.
42. Larchey, L. Dictionnaire historique d'argot et des excentricités du langage. Paris: Godefroy; 1982.
43. Larousse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/verlan/81556>
44. Milan B. Les matrices semantiques dans la creation argotique française 2018, 128.[http://www.ll.ac.me/fin%20logos%205\(1\)/LL%205\(1\).pdf](http://www.ll.ac.me/fin%20logos%205(1)/LL%205(1).pdf)