

Національний університет «Острозька академія»  
Факультет романо-германських мов  
Кафедра англійської філології

## **Кваліфікаційна робота (проект)**

магістра  
на тему

Сленг в інтернет-комунікації американських студентів

Виконала: студентка \_\_\_ курсу, групи \_\_\_\_\_

спеціальності: 035 Філологія

спеціалізації: германські мови та літератури

(переклад включно), перша – англійська

\_\_\_\_\_ Кидюк Я. В. \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Керівник \_\_\_\_\_ Худолій А. О. \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Рецензент \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Острог – 2020 рік

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 СЛЕНГ ЯК ЯВИЩЕ МОЛОДІЖНОЇ КУЛЬТУРИ .....	9
1.1. Ідентифікація поняття «сленг» .....	9
1.2. Етимологія слова «сленг» та його загальна характеристика .....	17
1.3. Джерела виникнення та сфери використання студентського сленгу .....	25
1.4. Причини вживання сленгу.....	30
1.5. Функціональна спрямованість студентського сленгу .....	34
РОЗДІЛ 2 СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТУДЕНТСЬКОГО СЛЕНГУ .....	40
2.1. Варіативність та мінливість студентського сленгу .....	40
2.2. Мовні особливості американського студентського сленгу.....	43
2.3. Основні закономірності функціонування студентського сленгу.....	58
ВИСНОВКИ .....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73

## ВСТУП

Мова – це засіб, за допомогою якого культура виражає себе та свою сутність. Мова відображає культурно-історичне тло кожної епохи, і зазвичай лише люди тієї епохи можуть її повністю зрозуміти.

Сленг молоді найбільш яскраво реагує на всі події в житті. Він поглинає та відображає нові явища та сам змінюється в процесі їх перетворень. Однак на сучасному етапі розвитку мовознавства сленг все ще залишається недостатньо дослідженою проблемою.

**Актуальність теми дослідження** обумовлена зростаючим інтересом лінгвістів до дослідження різних аспектів сленгу, який є частиною розмовної англійської мови. У взаєминах американців велику роль відіграє культура мови і її стилістика, так званий «сленг». Ряд дослідників проводили і проводять вивчення сленгів інших соціальних і вікових груп, в основному, мов кримінального світу, військових, а також загального американського сленгу.

Своєчасність вивчення формування сленгу та його функціонування полягає у розпорошенні та диференціації існуючих досліджень. Ця тенденція пов'язана з тим, що вчені окреслюють конкретні галузі використання сленгу на основі географічних, етнічних чи соціальних факторів, тим самим звужуючи сферу досліджень. Однак не було зроблено спроб застосувати конкретні мовні узагальнення до інших регіонів чи соціальних груп.

Значну частину сучасної англійської лексики складають слова «зниженого стилістичного тону» або «нелітературні слова». До них належать слова та вирази професійних або соціальних жаргонів, слова сленгу, вульгаризми та діалектизми.

Дослідження слів нелітературної лексики викликає особливе зацікавлення. Для аналізу мови як соціального явища в його історичному розвитку необхідно вивчити функціонування мови в різних соціальних прошарках та професійних групах, тому що

тут виникає проблема взаємодії національної мови з соціальними діалектами, літературного мовлення певної епохи з нелітературним.

У нашому дослідженні ми вважаємо за необхідне звернути особливу увагу на визначення поняття «сленг», оскільки у наукових працях ні в розумінні, ні в оцінці сленгу немає єдності поглядів. Такі автори як Е. Партрідж, Дж. Гринок та Г. Кітрідж об'єднують під терміном сленг слова кримінального жаргону, загальноживані експресивні розмовні слова, грубу лексику, професіоналізми та діалектизми [61; 65].

І. Р. Гальперін та інші відносять до сленгу і неологізми [11].

Розбіжності в стилістичній оцінці сленгу полягають в тому, що одні вчені (С. Флекснер) вважають, що сленг нівечить, забруднює літературну мову, що це паразитуючий пласт лексики, з яким потрібно боротися. С. Поттер, Ф. Уїлстек та інші, навпаки, зауважують в ньому елемент, який надає мові яскравості та символічності, сприяє поліпшенню та збагаченню мови [58]. Наприклад, навіть у визначенні, словник Вебстера відмічає, що сленг робить мову більш яскравою та жвавою [74].

Студентський сленг приваблює насамперед своєю виразністю, пустотливою та веселою грою зі словом. Сленг охоплює майже всі сфери життя і описує майже всі ситуації, за винятком нудних, оскільки слова в сленгу продукуються емоційним ставленням мовця до теми розмови, приваблюють свіжою метафоричністю, розкутістю, а часом і стислістю позначень. Сленг – це постійний словотвір, заснований на принципі мовних ігор. Сленгу притаманний скоріше семантичний гумор. Зазвичай саме комічний, похмуро-абсурдна ігровий ефект є основним у сленговому тексті. Часто в сленгових одиницях комізм граничить із фамільярністю та навіть цинізмом, що виражається зазвичай у ставленні до соціально значимих явищ: смерті, стосунків між чоловіками та жінками, батьками тощо. Явища, важливі з точки зору соціальних норм, часто сприймаються молоддю як цінності «предків» і цього аргументу достатньо аби сприймати їх скептично. Молодь цікавить не лише змістовна частина формулювання, а й спосіб його презентації, стилістичне оформлення, що витікає з прагнення оповідача

зацікавити публіку. Тобто, для мовця важливим є не лише «щось сказати», але «як сказати», щоб бути чудовим оповідачем.

Сленг – живий організм, який постійно змінюється і відновлюється. Він постійно запозичує одиниці з жаргону інших підсистем англійської мови і стає постачальником як усних, так і літературних слів [10]. Така доля чекає на популярний сленгізм, який поступово втрачає своє виразне забарвлення. Рухомість сленгу унеможлиблює його фіксацію на папері. Можливо лише простежити деякі загальні характеристики, притаманні сленгу англійської мови, тобто закони його розвитку.

В англійській лінгвістиці існує чітка різниця між термінологією жаргон і сленг, хоча ці слова тут зазвичай взаємозамінні. В англійському мовознавстві термін сленг позначає некодифіковану мову, але проблема полягає не лише у відокремленні сленгу від жаргону, а й у фіксації переходу слів зі сленгу до розмовної та літературної мови.

Серед вітчизняних мовознавців існує кілька думок щодо виділення чи невиділення поняття сленгу серед інших підгруп ненормованої лексики. Тому І. Р. Гальперін вказує на невизначеність цієї категорії у своїй статті «Про термін сленг», і взагалі заперечує її існування [11, 107]. Цей аргумент базується на дослідженнях англійських лексикографів, в основному на основі їх досвіду написання англійських словників, який показує, що одне і те ж слово в різних словниках має різне мовне значення. Побуває також думка про подібність понять сленгу і жаргону, якої дотримуються російські дослідники А. І. Мазурова та О. Г. Борисова-Лукашанець [7; 26].

Майже всі лінгвісти, які займаються проблемами нелітературної мови, беруть участь у розробці термінології. Деякі мовознавці (І. В. Арнольд) утворюють проміжні терміни, наприклад, інтержаргон, інтерсленг, міжжаргонна лексика [1]. Подібний багатий словотвір є надлишковим, позаяк він не спрощує, а навпаки ускладнює роботу над дослідженням сленгу.

Наразі значно зменшилась кількість наукової літератури, присвяченої нелітературній лексиці. Періодичні публікації та збірники філологічних праць відзначають аналогічну тенденцію. Більшість дослідників звернули свою увагу на різноманітні корпоративні жаргони, які з'являються з новими професіями та видами діяльності: менеджментом, юридичною справою, обслуговуванням комп'ютерів.

Неоднозначність поглядів науковців стосовно дефініції терміну «сленг», його суспільний характер, а також безсумнівні труднощі відносно розмежування понять сленгу та жаргону визначили спрямованість дослідження та обумовили вибір теми роботи.

Теоретичним підґрунтям дослідження слугували монографії та посібники з лексикографії англійської мови (І. В. Арнольд, В. А. Хом'яков), стилістики (І. Р. Гальперін, О. Д. Швейцер), діалектології англійської мови (М. М. Маковський), які висвітлюють теоретичні позиції вітчизняних та зарубіжних лінгвістів стосовно трактування понять «нелітературна лексика», «сленг», їх експресивно-емоційне забарвлення [1; 11; 28; 47-48; 50-51]. Слід зазначити, що досить невелика кількість науковців займались дослідженням та фактичним вивченням даної теми. Найвагомішими стали праці таких дослідників, як В. Балабін [3], В. Вілюман [8], О. Б. Лапова [24], У. Потятинник [37], Г. Менкен [64] та Е. Патрідж [65].

Під час написання роботи були використані тлумачні та двомовні словники сленгу, які дозволили відстежити семантику та динаміку розвитку сленгу англійської мови. Матеріал дослідження становить вибірка сленгових одиниць зі словників сучасного англійського та американського сленгу, що нараховує близько 200 одиниць: Шестикрилов П. А. Словник новітнього американського сленгу [52], Dave's ESL Café [70], Dictionary.com [71], Green's Dictionary of Slang [73], Slang.org [76], The Online Slang Dictionary [78], Urban Dictionary [79] тощо.

**Мета магістерської роботи** – дослідити американський студентський сленг, виявити основні тенденції розвитку, стилістичні особливості та причини його

поширення.

Відповідно до мети дослідження, в роботі вирішуються такі **завдання**:

- 1) охарактеризувати поняття «сленг» у лінгвістиці;
- 2) дослідити етимологію слова «сленг» та дати загальну характеристику сленгу;
- 3) встановити джерела виникнення та сфери використання американського студентського сленгу;
- 4) проаналізувати причини вживання сленгу;
- 5) виявити функціональну спрямованість студентського сленгу
- 6) дослідити варіативність та мінливість студентського сленгу;
- 7) виявити мовні особливості американського студентського сленгу;
- 8) розглянути основні закономірності функціонування сленгу американських студентів.

Як **об'єкт дослідження** в роботі використовували спонтанну, безпосередню, дещо знижену мову студентів, що навчаються в різних вищих навчальних закладах США, кодифіковану відкритими інтернет-словниками [69-73; 76-79].

**Предмет дослідження** – функціональний аспект сленгу як різновиду соціальних діалектів.

**Методи дослідження.** В даній магістерській роботі використовуються такі методи як описовий, зіставний, метод порівняльного та порівняльно-історичного аналізу, метод кількісних підрахунків, систематизація та узагальнення.

**Наукова новизна та теоретичне значення роботи** полягають у систематизації теоретичних поглядів лінгвістів на особливості функціонування нелітературної лексики в англійській мові, у визначенні взаємозв'язку понять «нелітературна лексика» та «сленг», в обґрунтуванні закономірностей вживання сленгу англійської мови як різновиду соціальних діалектів. Висновки та узагальнення, зроблені на основі проаналізованого матеріалу, доповнюють та поглиблюють знання щодо введення та функціонування одиниць сленгу у мові. Також робота робить внесок в дослідження

проблеми взаємовідносин «мова – суспільство».

**Практичне значення** отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані для подальшого більш досконалого та детального вивчення даної теми. Також практична цінність роботи обумовлена можливістю використання її результатів у перекладацькій та лексикографічній практиці, а також у викладанні теорії та практики перекладу, стилістики та лексикології.

**Апробація** результатів дослідження відбувалась під час XXII наукової викладацько-студентської конференції «Дні науки», яка проходила у Національному університеті «Острозька академія» 27–30 березня 2017 року.

**Робота складається** зі вступу, 2-х розділів, висновків та списку використаних джерел.

У вступі розкривається актуальність обраної теми, обґрунтовується вибір об'єкта дослідження, визначається мета та завдання, проблеми, описується композиційна структура роботи.

В першому розділі розглядаються теоретичні питання, пов'язані з визначенням місця студентського сленгу в системі загального сленгу, приділяється увага розгляду джерел виникнення та сфер використання студентського сленгу.

В другому розділі розглядаються варіанти студентського сленгу, його мінливість у контексті різних культур та історичних часів, досліджуються та зіставляються основні засоби формування американських сленгізмів, їх роль та функції.

В загальних висновках підсумовуються результати проведеного дослідження та визначаються досягнуті цілі. Наприкінці роботи подається список використаних джерел.



## РОЗДІЛ 1

### СЛЕНГ ЯК ЯВИЩЕ МОЛОДІЖНОЇ КУЛЬТУРИ

#### 1.1. Ідентифікація поняття «сленг»

Ще на своєму початку, дослідження сленгу стикається з проблемою ідентифікації цього поняття. Ця проблема обумовлена головним чином термінологічною плутаниною відносно самого поняття «сленг». Багато вчених об'єднують під цим формулюванням й арго, й жаргон, й професіоналізми, й інші близькі, однак все ж таки відмінні від сленгу явища.

Проблематика сленгу є предметом постійного наукового пошуку. Поняття сленгу привертає дедалі більше уваги сучасного мовознавства [39, 54]. Різні аспекти сленгу вивчалися в працях В. Балабіна [3], В. Вілюмана [8], І. Гальперіна [11], М. Маковського [28], У. Потятинника [37], Г. Менкена [64], Е. Патріджа [65].

Г. Менкен зробив вагомий внесок у дослідження американського сленгу. Він вважає, що сленг – це категорія універсального розповсюдження, яка перебуває за межами загальноприйнятих мовних стандартів. Досліджуючи еволюцію сленгу, Г. Менкен визначив деякі закономірності, згідно з якими одні сленгові одиниці «живуть» століттями, тоді як інші гинуть, ледве з'явившись на світ [64].

Визначальним кроком у вивченні проблеми ненормативної лексики став доробок британського лексикографа Е. Патріджа [65]. Е. Патрідж одним із перших підняв питання про статус сленгу. Він простежив культурно-історичне підґрунтя для динамічного розвитку неформального мовлення та популярності сленгу в Північній Америці. Дослідницький лексикографічний доробок ученого, вперше опублікований понад сорок років тому, і надалі є актуальним, адже охоплює велику кількість лексичних одиниць англomовного світу та простежує етимологію більшості з них. Отже, Е. Патрідж [65] і його послідовники Дж. Грінок та Г. Кітрідж [61] трактують сленг як наявні у розмовній сфері достатньо нестійкі, неміцні, ніяк не кодифіковані, і,

зазвичай, повністю випадкові й неупорядковані сукупності лексем, що відображають суспільну свідомість людей, які належать до певного професійного або соціального середовища. Сленг розглядається як свідоме, навмисне використання елементів загальнолітературної лексики в розмовному мовленні виключно з стилістичною метою: для створення ефекту новизни, незвичайності, відмінності від розповсюджених зразків, для вираження певних емоцій мовця, для надання конкретності, виразності, жвавості, точності, образності, стислості, а також для уникнення кліше, що досягається, як припускають ці дослідники, застосуванням стилістичних засобів на кшталт метафори, синекдохи, метонімії, евфемізму, літоти [4, 215].

За час свого існування термін «сленг» майже втратив своє конкретне денотатне значення і перейшов у конотативну оцінну характеристику, що, звичайно, дуже ускладнює розгляд цього мовного явища. Академічний тлумачний словник української мови містить наступну дефініцію слова «сленг»:

«Розмовний варіант професійного мовлення; жаргон. Жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення» [43, 350].

Тлумачний словник Т. Ф. Єфремової наводить таке визначення «сленгу»:

«Сленг – сукупність слів і виразів, уживаних представниками певних груп, професій і т.п., що складає шар розмовної лексики, який не відповідає нормам літературної мови (зазвичай стосовно до англійських країн)» [14, 425].

Вільна енциклопедія «Вікіпедія» тлумачить «сленг» так:

«Сленг – міський соціолект, який виник із аргю різних замкнених соціальних груп (правопорушників, крамарів, ремісників, в'язнів, бурсаків-учнів, вояків, інтернет-спільноти), як емоційно забарвлена лексика низького й фамільярного стилю, поширена серед соціальних низів і певних вікових груп (ремісничої, шкільної молоді) міст. Сленг є неофіційною, живою та вкрай динамічною лексикою» [9].

Можемо побачити, що певна плутанина в роз'ясненні слова, синонімічне співставлення відмінних понять «сленгу» та «жаргону» простежується вже навіть на рівні загального тлумачення терміну. Визначення сленгу, запропоновані різними науковцями, або потребують значних уточнень, або є досить поверхневими чи взагалі помилковими. Таким чином, єдиного універсального визначення терміну не існує, а різні посібники демонструють різні тлумачення: « поезія простої людини », « мова неписьменних і безпутних людей », « нецензурна мова » тощо.

Формулювання, наведене дослідницею В. О. Чеховською є найбільш вдалим з лінгвістичної точки зору:

«Сленг – це стиль мови, що посідає місце, антитетичне занадто формальній, офіційній мові» [49, 94].

О. Є. Матюшенко підкреслює відмінність відтінкових значень професіоналізмів та арго від сленгу:

«Сленг – це особливий історично сформований більшою або меншою мірою загальний всім соціальним верствам розмовляючих варіант мовних (переважно лексичних) норм, який існує переважно у сфері мовлення, і генетично і функціонально відмінний від жаргонних і фахових елементів мови» [32, 387].

Сленг за своїми лексико-семантичними характеристиками належить до специфічних засобів мовного спілкування, завдяки яким реалізується людська необхідність й здатність ототожнювати власну особистість із різними соціальними групами, а звідси витікає постійний процес утворення соціолектів. З точки зору ідентифікації поняття, «сленг» має ширше значення, аніж арго чи жаргон. У деяких джерелах, де не відбувається синонімічного використання цих визначень, жаргон та арго розглядаються як підпорядковані частини цілого мовного явища – сленгу. Дослідники, що представляють різні регіони світу, по-різному тлумачать «сленг». Так, науковці заходу та переважна більшість європейських дослідників звикли не відокремлювати поняття «сленг», «жаргон» та «арго», тоді як філологи

пострадянського простору вбачають між цими визначеннями певну «відтінкову» різницю: сленг класифікують як видозмінений спосіб спілкування молоді, а жаргон прийнято відносити до штучно створеного діалекту людей, що відбувають покарання в місцях позбавлення волі. Згідно з таким тлумаченням, професіоналізми взагалі становлять окрему групу можливих засобів спілкування.

За своєю природою, сленгові номінації можна віднести до окремих лексично-стилістичних утворень. Сленгові новоутворення можуть мати стилістично знижений та стилістично нейтральний характер. Саме ці поняття становлять собою основу для встановлення взаємозв'язку між культурою мовлення та сленговою лексикою. Стилістично нейтральні сленгізми не засмічують мови, а стилістично низькі вважаються явищем руйнівним. У переважній більшості випадків, коли мова йде про студентський сленг, люди звертаються саме до тих лексичних одиниць, які є стилістично зниженими. Якраз через це виникає нерозуміння молодіжної субмови, її заперечення, що одночасно провокує вживання не лише даних лексем, але спричинює перехід на нецензурну лексику.

В. Балабін, дослідник американського військового сленгу, виходить із розуміння сленгу як нестандартної, неформальної, стилістично зниженої мови порівняно значного прошарку населення, що використовується з метою виконання певних мовленнєвих функцій (експресивної, оцінної, корпоративної, пейоративної, евфемістичної тощо) і складається з одиниць-сленгізмів, що мають різне лексикографічне маркування [3, 37].

«Словник лінгвістичних термінів» О. С. Ахманової пропонує зовсім інше тлумачення сленгу:

1. Розмовний варіант професійної промови.

2. Елементи розмовного варіанту тієї чи іншої професійної чи соціальної групи, які, проникають в літературну мову чи загалом у мову людей, які мають безпосередньо до цієї групи осіб, набувають у цих мовами особливе емоційно-експресивне забарвлення [2, 5].

«Словник-довідник лінгвістичних термінів» 1985 р. просто ставить знак рівності між сленгом, жаргоном і арго: Сленг – слова або висловлювання, вжиті особами певних професій чи соціальних прошарків. Сленг моряків, художників дорівнює арго, жаргон [42].

Така неузгодженість у визначенні сленгу дала привід І. Р. Гальперіну взагалі заперечувати факт існування сленгу. І. Р. Гальперін в своїй статті «Про термін «сленг»», посилаючись на невизначеність цієї категорії, взагалі заперечує її існування. Його аргументація базується на результатах досліджень англійських лексикографів, головним чином на їх досвіді у складанні словників англійської мови, які показали, що одне і теж слово в різних словниках має різне лінгвістичне визнання; одне і теж дається з позначкою «сленг», «просторіччя», або без всяких позначок, що свідчить про відповідність літературній мові. І. Р. Гальперін не допускає існування сленгу в якості окремої самостійної категорії, і пропонує використовувати термін «сленг» як синонім до англійського слова «жаргон» [11, 107-114].

Відомий американський лінгвіст Ч. Фриз зазначає, що термін «сленг» «настільки розширив своє значення і вживається для позначення такої кількості різних понять, що дуже важко провести розмежувальну лінію між тим, що є чи не є сленгом» [60].

Багато британських дослідників використовують слово сленг як синонім жаргону, арго або кента. Так вважає відомий дослідник сленгу Ерік Партрідж [65].

Цікаво, що слово сленг використовувалося в англійських словниках з кінця XVIII до початку XIX століття, але тоді воно означало відмінності у фонетиці, словниковому запасі, формі та синтаксисі від усталених мовних норм. Навіть у ті часи деякі дослідники почали звертати увагу на різні прояви соціальної природи сленгу, але лише в XX столітті було виявлено важливий аспект цієї лексики – соціальний. У 1911 р. Г. Бредлі [55] визначив «намір мовця» важливим фактором ідентифікації сленгу. Дж. След [66], а потім Г. Дрейк [57] звернули увагу на психосоціальну мотивацію користувачів сленгу.

У радянській лінгвістиці соціолінгвістичний метод вивчення сленгу був запропонований відомим вченим М. М. Маковським [28]. За Маковським, сленг є соціальною нормою мови, що реалізується на рівні фонетики, граматики, словникового запасу, а її гени та функції відмінні від жаргонних чи професійних елементів мови; семантика сленгових лексем не завжди дозволяє стилістичне переосмислення, а слова сленгу не обов'язково використовуються для створення стилістичного ефекту [28, 109].

У. Потятинник вважає, що американський сленг є особливим підваріантом соціального стилю нестандартної англійської мови в США, який має широкий розподіл серед соціального населення і характеризується: використанням мотивації соціальної психології; соціостилістичною зниженістю повідомлення; більш-менш обмеженою функцією; домінуванням конотативного компонента над денотативним; неоднорідністю складу; надлексикалізацією деяких сфер [37, 38].

Упродовж багатьох років В. Г. Вілюман [8], займаючись проблемою сленгу, в стислих тезах виклав деякі його характеристики, зокрема, автор запропонував розрізняти два типи сленгу:

а) загальний сленг – образні слова та словосполучення емоційно-оцінного забарвлення, які знаходяться поза межами літературної мови, загальнозрозумілі і широко розповсюджені в розмовній мові, які претендують на оригінальність та новизну і в цих якостях виступають синонімами слів та словосполучень літературної мови;

б) спеціальний сленг – слова та словосполучення того або іншого класового чи професійного жаргону [8, 139].

В. А. Хом'яков [48] запропонував більш деталізоване трактування термінів «загальний» та «спеціальний» сленг:

Загальний сленг визначається як відносно стійка для певного періоду, широко розповсюджена і загальнозрозуміла соціальна мовна мікросистема в просторіччі, досить неоднорідна за ступенем наближення до фамільярно-розмовної мови та своїм

генетичним складом, з яскраво вираженим емоційно-експресивним лексичним значенням, що часто представляє знуцання над соціальними, естетичними, етичними, мовними та іншими умовностями і авторитетами.

Загальні сленгізми відрізняються від лексики літературного стандарту етико-стилістичним зниженням різноманітної якості: від жартівливої сатири та невимушеної експресії до принизливих виразів чисто фамільярного спілкування. Слід зазначити, що етико-стилістичне зниження відрізняється за якістю від лайливих та нецензурних висловів: слова не сприймаються як вульгаризми, однак додають мові колорит фамільярності [48, 88].

Як різновид соціальної мовної мікросистеми, спеціальний сленг має дуже неоднорідний генетичний склад і структуру. Аналіз різних підходів до визначення сленгу приводить до висновку, що сленгізми характеризуються різним ступенем стилістичного зниження і, отже, відносяться до різних лексико-стилістичних пластів. Крім того, велика частка сленгізмів функціонує в мові окремих соціальних груп, і, навіть перейшовши в загальнонаціональне користування, сленгова одиниця завжди несе в собі слід свого соціального походження.

Спеціальний сленг визначається як нестандартний лексикон характерний для певної соціальної групи, який може складатися зі стилістично гетерогенної нестандартної лексики [48, 90]. В англійській лексикографічній літературі студентський сленг зазвичай включається в спеціальний сленг, протиставлений загальному сленгу, що входить до загальноповживаного просторіччя.

Завдяки такій значній кількості визначальних особливостей і умовності поняття «сленг» багато мовознавців та психологів взагалі вважають за краще обходитися іншими термінами і не використовують поняття «сленг». Американські та англійські лінгвісти також усвідомлюють, що поняття «сленг» занадто широке, але продовжують використовувати його за відсутності іншого [37, 49].

Той факт, що спеціальний сленг генетично пов'язаний з певними соціальними або професіональними групами людей, а також тим, що він в основному використовується в більш-менш обмеженому середовищі: тому цю підгрупу сленгу іноді визначають термінами «жаргони», «жаргонізми», «професійний сленг», «професіоналізми», «арго», «арготизми».

Загальний сленг – це сукупність сленгізмів, які проникли в загальний вжиток з різноманітних джерел (професіональних або соціальних груп). Загальноповживаність таких сленгізмів ще не означає, що вони перейдуть до категорії літературної лексики. Зазвичай вони залишаються за рамками літературної мови. Однак певна частина слів із загального сленгу може бути перенесена до літературної лексики, втрачаючи притаманні сленгу властивості.

Різниця між загальним та спеціальним сленгом полягає не в його наближеності до літературної норми, а в його десоціалізації, у відсутності в нього закріпленості за певним соціальним колективом. Водночас сленгу не притаманна ні одна з ознак літературної норми.

Суттєвою відмінністю загального сленгу від спеціального, з точки зору соціолінгвістики є те, що вони пов'язані з різними вимірами соціальної варіативності мови – стратифікаційним та ситуативним. Одиниці спеціального сленгу пов'язані з соціальною стратифікацією суспільства, з різноманітними аспектами його соціальної диференціації – соціально-груповою, професійною, соціально-демографічною. Володіння спеціальним сленгом є результатом приналежності до певної соціальної групи, визнання її соціально-психологічних установок. Так, наприклад, характеристикою спеціального сленгу є протиставлення «свій – чужий». У молодіжному слензі існують слова, що позначають чужака, який не поділяє спільних уподобань та не спроможний пристосуватися до групи: *drip* – зануда і слабак; *kook* – дивак, ненормальний; *lame* – зануда.



У той же час розповсюдження одиниць загального сленгу не обмежується рамками того чи іншого компонента соціальної структури. Ці одиниці є змінними, вони відображають ситуативно-стилістичну забарвленість мови. Тому ними можуть користуватися представники найрізноманітніших соціальних класів.

Багато слів сленгу малозрозумілі або зовсім незрозумілі звичайним людям (особливо коли вони з'являються та переходять до більш широкої сфери вживання), оскільки вони пов'язані головним чином із особливою формою вживання, наприклад, при багаточисленних випадках переносу значення, характерного для сленгу. Якщо існує нерозуміння сленгу навіть носієм мови, то особливо це актуально для іноземця, який добре володіє літературною лексикою мови.

Аналіз лексико-фразеологічних одиниць сленгу з точки зору лінгвістичної термінології сприяє використанню різноманітних термінів, таких як розмовна лексика, вульгаризми, діалектизми, жаргонізми, професіоналізми, фамільярна лексика.

Іноді до сленгу включають майже всі неологізми, які увійшли в загальний вжиток із відносно вузьких сфер, та які мають специфічне емоційне забарвлення, або які відрізняються малозрозумілістю для багатьох людей.

Отже, сленг – явище багатогранне. Воно включає цілу низку понять, які тим чи іншим чином взаємопов'язані між собою. Дотепер не існує єдиного і всеосяжного визначення сленгу.

Багаторазові спроби розмежувати загальноживану лексику і сленг або жаргонізми та сленг не дали конкретних результатів. Загалом межа між живою, розмовною мовою та сленгом була та залишається дуже мінливою, перехідною. Статус слова часто змінюється, і те, що колись вважалось сленгом, тепер стало частиною повсякденного мовлення.

## **1.2. Етимологія слова «сленг» та його загальна характеристика**

Етимологія слова «сленг» досі достеменно невідома. Вперше слово *slang* було

зафіксовано зі значенням «мова вулиці» у 1750 році. З'явившись у середині 18 сторіччя, воно використовувалося для позначення мови бродяг, шахраїв та злочинців, а вже в 19 сторіччі набуло свого сучасного значення. В одній зі своїх книг В. А. Хом'яков зазначив, що вперше термін сленг зі значенням «мова зниженого вульгарного типу» був використаний в 1756 році; з 1802 року цей термін розуміють як «жаргон певного класу або періоду», а з 1818 року під сленгом стали розуміти «мову високого розмовного типу, нижчого за рівень стандартної освіченої мови, з нових слів або слів, які вжиті в певному сенсі» [48, 153].

Існує декілька варіантів можливого походження терміна «сленг»: один з них припускає, що «сленг» походить із вимерлого англійського діалектизму, а інші дослідники схиляються до думки, що «сленг» сягає своїм корінням до французького слова «язык». Однак жоден науковий діяч не має переконливої аргументації на користь своєї версії, тому походження «сленгу» досі залишається загадкою.

Одним із раних пояснень виявилось зведення слова “slang” до циганського *slang* – мова (Дж. Хоттен). Г. Уайлд, В. Скит та Е. Уінлі вважали, що це слово скандинавського походження – норвезьке *slengja Kjeften – to sling the jaw, to abuse verbally; slengjenamn – nickname* [63, 364].

Е. Партрідж відносить це слово до Past Participle від дієслова *to sling*, а також посилається на такі сучасні вирази, як – *to sling words* – розмовляти; *to sling the bat* – розмовляти на місцевому діалекті [65, 476].

Також були спроби пов'язати це слово зі значенням «ланцюг», «кайдани», звідси ніби розвинулось значення «мова арештантів», або зі значенням «шайка», «банда» – у норвезькій мові *sleng*, яке шляхом переносу почало вживатися в значенні «мова, властива певній групі людей» (М. Мюллер).

О. Ріттер та К. Вестендорпф вважають, що слово “slang” виникло тому, що відбулася аглютинація першої частини слова “language” з суфіксом -s' у вислові *thieves' language*.

Кожна з наведених етимологій є відносно обґрунтованою. Однак існує ще й інше припущення. Можна припускати, що англійське слово “slang” виникло в результаті злиття декількох коренів. Насамперед, воно асоціюється з індоєвропейським коренем *lengh*, порівнюється з грецьким *élégho* «сварю», хетським *link* – «сварити», латинським *langāt* – «сварити», «обзивати». В англійській мові воно представлено рухомим формативом *s-* [28, 102].

Цікаво те, що *slang* в сучасних англійських територіальних діалектах зустрічається не тільки в значенні “abusive language”, “impertinence”, але і просто “talk”, “conversation”. Наприклад:

*Around the yard in boroughs here and there the slang gaed on about their war'ly care* [28, 102].

У даному реченні слово *slang* означає «бесіда, розмова».

У зв'язку з цим циганське слово “slang” (мова), будучи індоєвропейським, може бути пов'язане з коренем “slang” в англійській мові. Що стосується семантичного переходу «сварити» – «розмовляти», то його можна порівняти з англійським діалектом *to call*, яке поруч із значенням «обзивати» іноді означає «говорити». У подальшому реченні слово *slang* зазнає семантичних змін. Це слово вживається зі значенням «вести бесіду, розмову»:

*Where's the wife, lad? – She's calling a bit, hearing the tale and telling the tale. She's always calling about* [28, 105].

Зазначений корінь *lengh* міг контамінуватися з коренем, представленим англійським діалектом *to long, to lang* – передавати з рук в руки на певну дистанцію. Також можна припустити, що слово *slang* пов'язане з датським “slingan” в значенні «загортати», тобто «приховувати» [28, 107].

Отже, немає єдиної думки щодо походження слова “slang”. Існують відмінності між сленгом та іншими нелітературними варіантами мови. Оскільки сленг займає особливе місце в нелітературній лексиці доцільно буде розглянути його спільні та

відмінні характеристики з іншими мовними нормами, такими як жаргонізми, професіоналізми, арго, вульгаризми, колоквіалізми, кент тощо.

Мовна лексика поділяється на літературну та нелітературну. Літературна або так звана мовна норма – це сукупність загальноновживаних мовних засобів, а також правила їх використання, що визначені суспільством як найбільш прийнятні в конкретний історичний період у суспільстві. Характерні ознаки мовної норми – відносна стабільність, загальноновживаність. Літературна лексика включає книжну, стандартну усну та нейтральну лексику. До нелітературних слів належать слова, обмежені за певних обставин через спільне територіальне проживання, спільне заняття та мету спілкування. У цю групу входять: вульгаризми, діалекти, професіоналізми, жаргонізми, сленг. Ця частина лексики характеризується усним та неформальним характером.

Якщо порівнювати сленг з діалектом, то діалект є більш стабільним явищем: основні діалекти, особливо географічні, поєднуючись з фонетичними, лексичними та граматичними компонентами існують давно, тоді тривалість життя сленгових одиниць дуже коротка. Спільною ознакою для діалекту та сленгу є те, що вони в основному використовуються для усного спілкування [47, 28].

Слід також зазначити, що зі сленгом часто асоціюються такі близькі до нього поняття, як жаргонізми, професіоналізми, арго, вульгаризми, колоквіалізми та кент, між якими важко встановити чіткі межі. «Стертість» меж є результатом того, що значною кількістю лексичних одиниць оперують у спільному функціонально-стилістичному ареалі.

Жаргон – це мова професійної або соціальної групи, яка відрізняється від загальнорозмовної мови особливим складом слів та виразів. Це умовна мова, яку можна зрозуміти лише в певному середовищі, вона складається з безлічі штучних, а іноді й умовних слів та виразів.

Порівнюючи різні тлумачення терміну «жаргон» можна виділити дві основні концепції:

1) жаргон – це будь-яка спеціалізована мова: тобто «мова» професій, ремесел, суспільних класів і груп, гібридна мова або діалект;

2) жаргон – це вид фамільярної мови з пейоративністю, яка властива представникам певних ремесел і професій.

Корпоративні жаргони – це мікросистеми просторіччя з корпоративно обмеженою лексикою, зневажливою експресією та основною емотивною функцією, які використовуються різними групами за інтересами, що поєднують ці групи поза професійною діяльністю.

Варто відмітити, що на відміну від професійних жаргонів, тісно пов'язаних своїми «виробничими» ядрами із професійними лексичними системами, з однаковою для тих та інших основною комунікативною функцією, корпоративні, або групові, жаргони, які переважно є своєрідною мовною грою, де, насамперед, проявляється прагнення до експресії, мають за основну емотивну функцію [47, 29-30].

Досить важко провести чітку межу між цими пластами лексики, оскільки, як зазначає І. Р. Гальперін, загалом відмінність між жаргонізмами та професіоналізмами, між діалектизмами та просторіччям важко врахувати. Він відмічає, що ці відмінності настільки незначні в деяких випадках, що іноді здається непотрібним їх розрізняти, але відсутність абсолютного стандарту визначення приналежності слова до тієї чи іншої групи, не означає заперечення існуючих відмінностей. З точки зору використання в мові, для професійного сленгу і жаргонізмів характерна значно вужча сфера вживання, ніж для діалектизмів та загального сленгу. Професіоналізми і жаргонізми, як правило, зрозумілі лише певним групам населення. Їх можна віднести до менш відомого сленгу, до якого, до речі, зазвичай включають і арго [11, 105-106].

У термін арго американські соціолінгвісти схильні вкладати поняття особливого вокабуляра групи, об'єднаної спільними інтересами, видами діяльності, фахом тощо [62].

Як зауважив В. М. Жирмунський, «арго» – «своєрідний пароль», за яким ідентифікують один одного декласовані шари, і потужний засіб професійної організації в умовах запеклої соціальної боротьби [15, 35].

Щодо вульгаризмів, то це лексеми, що мають пейоративне забарвлення і перебувають поза межами літературної норми. Сюди входять грубі слова та вирази, які зазвичай не вживаються освіченими людьми в товаристві, спеціальний лексикон, який використовують люди нижчого соціального статусу: ув'язнені, безпритульні, наркомани тощо [18, 10].

Розрізнення сленгового лексикону та колоквіалізмів є ще складнішим завданням. На думку В. Кухаренко, колоквіалізми – це сукупність загальноновживаних слів, що позначають повідомлення як неформальне, неофіційне та розмовне, і містять у своєму складі вульгаризми, діалектизми, жаргонізми та сленг [23, 30]. Ю. Скребньов вважає, що колоквіалізми – це слова, які забарвлені неформальністю чи фамільярністю [41, 65]. Однак такі дефініції все ж не пропонують критеріїв чіткого розмежування між сленгом та колоквіалізмами. Основна відмінність між ними полягає в тому, що сленг сигналізує, що учасників спілкування об'єднує якийсь особливий зв'язок, у той час як колоквіалізми лише позначають неформальну соціоситуацію [23, 31].

Г. Менкен називав процес віддалення розмовної мови в американському варіанті англійської мови від розмовної у британському варіанті «колоквілізацією» американського варіанту і передбачав, що він прогресуватиме [64]. Сучасні тенденції у галузі лексики на американському континенті засвідчують, що міркування Г. Менкена є правильними. Фактично цей процес пояснює «нечітку» межу між сленгом та колоквіалізмами у США [50, 32].

Що стосується кенту, Е. Патрідж визначає його як технічний термін для позначення вокабуляра представників злочинного світу [65]. Він вважає, що порівняно зі сленгом, кент має обмежений ареал поширення, оскільки ті люди, які використовують його, зацікавлені у збереженні конфіденційності свого мовного коду,

тобто сленг є універсальним, тоді як кент є соціально і професійно обмеженим. Під кентом С. Флекснер розуміє розмовну ідіоматику, яка поширена в колі представників певної професії, класу, конфесії, вікової групи чи будь-якої підгрупи американської культури [59].

Вульгаризми – грубі слова, нецензурні висловлювання, які викликають протест у слухачів [5, 78]. Вирізняють три групи вульгаризмів:

а) нецензурні слова та висловлювання, позначені як «табу» в спеціальних словниках (slut, whore);

б) богохульства (for God's sake);

в) вульгаризми-інтенсифікатори (bloody, stinking) [5, 82].

Діалект – це соціальний, територіальний або часовий різновид мови, який використовується більш-менш обмеженою кількістю людей та відрізняється за своєю структурою від мовної норми [15, 5].

Професіоналізми, жаргонізми та сленг можуть поєднуватись під загальною назвою соціальні діалекти.

Соціальні діалекти – це різновиди або варіанти мови, якими користуються певні соціальні групи людей [15, 8]. Раніше вони називалися класовими.

Професіоналізми – це різновид соціальних діалектів, яким користується група людей, об'єднаних певною професією або родом занять [15, 8]. Це може бути мова спортсменів, музикантів, військовослужбовців. Як правило, професіоналізми відносяться до назв інструментів, процесів та інших характеристик професійної діяльності. Слід зазначити, що поява професіоналізмів пов'язана не настільки з стремлінням комунікантів до виразності мовлення, скільки з необхідністю позначення різноманітних понять, які в письменницькій мові передаються шляхом опису.

Для членів британського парламенту характерна низка професіоналізмів:

*back-bencher* – рядовий член парламенту;

*baby of the house* – наймолодший член парламенту;

*carpetbagger* – «чужак», кандидат на виборах, який не проживає в цьому виборчому окрузі [22, 108].

Жаргонізми – це вид соціальних діалектів, який складається з довільно відібраних, модифікованих та поєднаних слів або їх елементів, і використовується окремою соціальною групою, для того щоб відокремитись від решти мовної спільноти [16, 79]. Такі слова мають таємне значення, яке є незрозумілим для інших людей.

В англійській мові виділяють такі типи жаргонізмів:

- «зворотній»: *uob* замість *boy*;
- «центральный»: *ilkem* замість *milk*; *utchker* замість *each*;
- «римуєчий»: *flea and louse* або *cat and mouse* замість *house* [8, 140].

Всі ці типи використовуються виключно з метою зробити мовлення тієї чи іншої соціальної групи незрозумілим для оточуючих.

Характерною для жаргону є не тільки деформація існуючих слів, але й багаточисленні запозичення, зовнішній вигляд яких змінюється таким чином, що вони зовсім не мають відмінностей від інших лексем даної мови.

На основі лексики, типової для різних учбових закладів яскраво ілюструється вузький характер жаргону. За межами цих шкіл ці слова або зовсім не вживаються, або використовуються в іншому значенні. Наприклад, в Ітонському коледжі (престижна британська школа для хлопчиків) використовуються наступні жаргонізми: *scug* – негідник, *tug* – учень коледжу, *to sap* – виконувати тяжку роботу; у Вестмінстерській Школі: *bag* – молоко, *beggar* – цукор, *blich* – м'яч; у Вінчестерському коледжі: *to firik* – посилати, *to go continent* – залишатися вдома у зв'язку з хворобою, *tug* – несвіжий, без смаку [15, 25].

Сленг займає особливе місце серед соціальних діалектів. Під цим поняттям розуміють найрізноманітніші явища лексичного та стилістичного характеру. Сленг – це слова, які найчастіше розглядаються як порушення стандартної мовної норми. Це дуже експресивна, насмішкувата лексика, яка слугує для позначення предметів, про які



говорять в буденному житті. Доцільно зазначити, що іноді до сленгу відносять жаргонізми, таким чином не виділяючи їх як самостійну групу, і сленг визначають як особливу лексику, що використовується для спілкування групи людей зі спільними інтересами [47, 9]. Так, В. А. Хом'яков включає жаргони до спеціального сленгу.

Отже, під впливом екстралінгвістичних умов, у тій чи іншій мові виникають «соціально забарвлені слова», які визначають природу існування діалектів. Втім, це дещо спрощене розуміння цього поняття. Мова у всіх своїх проявах та варіаціях (включаючи різноманітні діалекти) є суто соціальним явищем. Було б невірно вважати, що основні чинники, які регулюють існування та розвиток мови, носять тільки «внутрішньомовний характер» або, що мова є саморегулюючою системою, а суспільні фактори – це тільки периферійні чинники. Мова та людина та співіснують нерозривно. Суспільна природа мови не тільки визначає умови її існування, але й всі її функції, властивості лексики та фразеології, граматики та стилістики.

### **1.3. Джерела виникнення та сфери використання студентського сленгу**

Перш за все, сленг – це засіб маркування належності мовця до певної соціальної групи. Іншими словами, сленг – це мовний засіб виокремлення маленької групи у величезному суспільстві. Одночасно відокремлюючись від одних і наближаючись до інших, людина певним чином самовиражається.

Крім того, діалект чи літературна мова часто не дають можливостей для лаконічного, емоційного висловлення думок. Привабливість сленгу полягає в тому, що його іноді дещо грубувата лексика дозволяє надати мовленню експресивного забарвлення. Це особливо важливо для молоді [36, 28]. Молодіжна мова відображає нестабільність культурного та мовного стану суспільства, що балансує на межі жаргону та літературної мови [39, 10].

Сленг традиційно протиставляється офіційній універсальній мові і є повністю зрозумілим тільки представникам вузького кола. Однак, незважаючи на те, що

сьогодні, за ствердженням дослідників, з кожним днем розширюється провалля між правильним мовленням і сленгом, у зв'язку не лише з демократизацією, а й з вульгаризацією суспільного життя, сленг накладає свій відбиток на стиль життя всієї планети [25, 168].

Сленг – це досить широке поняття щодо причин і мотивів його вживання. Утворення і використання студентського сленгу в живому, розмовному мовленні в цілому стимулюються:

- 1) незадоволенням традиційними словами і виразами;
- 2) зіткненням з новими обставинами, для яких існуючий лексикон виявляється вбогим;
- 3) прагненням справити враження на суспільство;
- 4) жагою «правдивого, непідробного» спілкування;
- 5) бажанням досягти певного курйозного ефекту;
- 6) прагненням створити певний стилістичний ефект за допомогою яскравості та виразності сленгу [24, 57].

До того ж, дуже часто мовець не знаходить в літературній мові та її діалектах лексеми на позначення нового предмета чи поняття. У цьому випадку використовується сленгова лексика або традиційні механізми сленгового словотвору. Щоправда, як уже зазначалося, існує одна необхідна умова для виникнення або функціонування слова саме як сленгізму: тільки певна соціальна група – користувачі сленгу, має оперувати цим поняттям, адже якщо це поняття або предмет проникне до побуту усього суспільства, слово стане стандартизованим і пристосується в літературній мові [36, 27].

Сленг не залишається незмінним. Зі зміною одного модного явища іншим, старі слова забуваються, приходять інші. Цей процес проходить дуже швидко. Якщо у будь-якому іншому сленгу слово може існувати протягом десятків років, то в студентському

сленгу лише за минуле десятиліття бурхливого світового прогресу з'явилася та пішла в історію неймовірна кількість слів [8, 139].

Також останнім часом спостерігається систематичність перетікання слів із сленгу до розряду літературних. У більшості випадків це стосується старих, вже призвичаєних до слуху та загального вжитку сленгізмів. При цьому слово втрачає свою екстраординарну тембральність. У безперестанному обігу глобалізаційних змін сленг допомагає мові йти в ногу з розвитком інформаційного потоку.

Вищесказане дозволяє нам охарактеризувати сленг, зокрема студентський, як динамічне явище, що безперестанно розвивається. Тому він має потребу в поповненні. Опираючись на вищенаведене, можна стверджувати, що самі люди, які користуються сленгом, а також «знавці» або колекціонери сленгу є первинним джерелом поповнення сленгу [16, 30]. Крім того, більшість слів, що відносяться до студентського сленгу, походять від професійних термінів [13, 191].

До чинників, що впливають на розвиток сленгу належать:

1) У наш час завдяки всезагальному прогресу сучасних технологій комп'ютеризація має величезний вплив на розвиток сленготворення. Комп'ютерний сленг, з'явившись у вигляді професійних мовних утворень, дуже швидко долає межі вузькокласового засобу спілкування. Комп'ютерні сленгові одиниці завдяки швидкому процесу інформатизації, що найбільше торкається саме молодого покоління, цілими семантичними конструкціями переходять до студентського сленгу, адже інтернет та його широкі можливості завжди залучали молодь [26, 30].

2) Сучасна музична культура. Одне із захоплень молоді – музика. Вона є частиною життя молоді. Сучасна музика – суміш різних культур, музичних напрямів, результат композиторських експериментів.

3) Кримінальна лексика. Деякій молоді здається, що використання такої лексики у мові робить їх «крутими» та авторитетними. Тому її часто можна почути від молоді, яка намагається бути лідером у компанії, класі. Деякі арготизми, перейшовши в

студентський сленг, значно змінили свою семантику. Окремого розгляду вимагає невеличка група жаргонних одиниць, що номінують реалії, близькі до кримінальної сфери (наприклад, арешт, затримання поліцією, деякі види зброї), але вироблених не кримінальним аргом, а студентським сленгом (оскільки носіям студентського сленгу доводиться зіштовхуватися з подібними явищами) [32, 56].

4) Арготизми, пов'язані з наркотиками, алкоголем. Вони переважно поділяються на слова, які є найменуванням наркомана та наркотиків і слова, які позначають дії, пов'язані з наркотиками.

5) Комп'ютерні ігри, відео, мультфільми. Дуже багато сленгових слів входить до мови студентів із ігор.

6) Хобі і захоплення. У студентів є різні захоплення, яким вони присвячують своє дозвілля. Світ сленгізмів, пов'язаний з тим або іншим суб'єктом захоплення, яскравий і своєрідний.

Шкільний сленг можна кваліфікувати як корпоративний студентський сленг. У ньому виділяється лексична група, що є «ядром» шкільного сленгу. Одиниці, що входять до неї реалізуються у мові більшості школярів без будь-яких (наприклад, територіальних) обмежень.

Засоби масової інформації також є невичерпним джерелом сленгу. Відносно новим явищем стало впровадження сленгу не лише через бульварні, але й цілком респектабельні засоби масової інформації, Інтернет та телебачення. Якщо раніше превалювали діалектизми та колоквіалізми, то потім було додано тисячі нових слів, які відображають історичні, політичні і соціокультурні трансформації. Кожне нове явище в умовах технологічної революції повинне одержати своє словесне позначення, свою назву. Фільми, радіо- і телевізійні програми, пісні, мовлення персонажів певних авторів – все це є джерелами сленгу [16, 110].

Також вважається, що джерелом для сленгу може стати все, що є допустимим для певного кола людей, їх сфер інтересів, спілкування та родів діяльності [45, 124].

Діяльність людини в суспільстві дуже різноманітна. Умовно можна виокремити декілька видів діяльності, кожен з яких протікає в своєрідній обстановці та передбачає розв'язання специфічних завдань. Відомо, що мовлення є ситуативним за своєю природою: тобто люди спілкуються в різноманітних ситуаціях. А це, в свою чергу, накладає відбиток на характер спілкування і через нього – на характер мовної діяльності. Ось чому мовознавство зауважує: «мови взагалі» не існує, мову можна уявляти як ряд різновидів, кожен з яких, так би мовити, «обслуговує» ту або іншу сферу діяльності і спілкування [34, 33].

Дослідники М. Уест [33], Ю. І. Пассов [35], В. Л. Скалкін [39], Е. П. Шубін [53] визначили типові комунікативні ситуації, що за принципом схожості об'єднуються у великі групи, які називаються «сфери спілкування», тобто, власне, сфери використання окремих мовних одиниць, в нашому випадку – сленгових конструкцій. Отже, В. Л. Скалкін виділяє вісім таких сфер спілкування, які характерні для будь-якого сучасного мовного колективу:

- 1) соціально-побутову;
- 2) сімейну;
- 3) професійно-трудова;
- 4) соціально-культурну;
- 5) сферу громадської діяльності;
- 6) адміністративно-правову;
- 7) сферу ігор та хобі;
- 8) видовищно-масову сферу [39, 63].

Загалом ми вдаємося до того або іншого різновиду мови залежно від умов спілкування, від того, які завдання вирішуємо в даний момент: хочемо поділитися особистими враженнями, повідомити якусь суспільно значиму або наукову інформацію, роз'яснити її, передати своє або чийсь бачення світу, або вплинути якимось чином на думки і почуття інших людей. Ми і будемо вислів, який можна

віднести до тієї або іншої сфери спілкування, а в деяких випадках, навіть до декількох одночасно залежно від вирішуваних нами завдань.

Кожна із зазначених вище комунікативних ситуацій передбачає такий відбір відомостей, використання таких мовних засобів, які б дозволили якомога точніше та краще вирішувати поставлені мовні завдання [39, 63-64]. Враховуючи те, що предметом нашого дослідження є сленгові конструкції, а саме ті, які можна віднести до студентського сленгу, ми можемо додати, що у вирішенні поставленого мовного завдання не останню роль грає емоційне забарвлення мовних засобів, які використовуються.

З огляду на вищенаведене виходить, що поділ мови на сфери спілкування стосується мови як загального явища, тобто мови взагалі. Але оскільки в даній роботі ми займаємось дослідженням саме студентського сленгу, то ми вважаємо, що представлені вище сфери спілкування визначають певні мовні ситуації, які з'являються в сленгу, зокрема студентському, і тому в рамках нашої роботи ми вважаємо за можливе розглядати ці сфери саме як сфери спілкування, які властиві студентському сленгу.

#### **1.4. Причини вживання сленгу**

Усі мови, країни та історичні періоди мають свій сленг, тому що слова з різним ступенем прийняття та популярності завжди існували у суспільстві. Сленг вживають усі прошарки суспільства, включаючи найбільш ерудованих, обізнаних людей. Для створення популяризації сленгу, як і для інших слів, використовуються ті ж лінгвістичні процеси, тобто слова утворюються та популяризуються одним шляхом, і стають сленгом відповідно до того, як їх сприймають.

Представники різноманітних соціальних груп та професійних спрямувань розробили власну термінологію, яка дозволяє їм блискавично і точно виражати думки,

затрачаючи на це мінімум часу. Ці вирази настільки вливаються в мову, що інколи заміщують «правильні» слова.

Цивілізоване суспільство зазвичай поділяється на домінуючу культурну групу та субкультури. У цих субкультурах вживаються спеціальні мовознавчі поняття, які залежать від взаємин у групі та від відношення цих груп до домінуючої культури. Наприклад, слова *fuzz*, *pig* – образливі слова для поліцейського, не були придумані поліцейськими. А слова *strike-breaker* – той, хто продовжує працювати під час страйку – використовується для того, щоб показати несхвалення; *goon* – безглузда, дурна людина; широко вживалися в епоху, коли наймана праця набувала свого поширення у США, але незважаючи на те, що вони й увійшли до мови, їх взагалі не вживають тепер [54].

Представники більшості субкультур не продукують нові слова, а дають нове значення словам стандартної мови. Хоча представники медицини, юриспруденції, психології, соціології зазвичай створюють справжні неологізми, які мають грецьке чи латинське походження, але це не є головним джерелом створення сленгу. Сленг зустрічається у сучасній американській літературі, в американських газетах, фільмах, у теле- та радіопередачах, а також у щоденному спілкуванні. Сленг охоплює слова, які вживаються більшістю людей, але які не побутують в офіційному мовленні та документах. Його вжиток надає мові специфічного забарвлення. Є мовознавці, які засуджують використання сленгу, вважаючи, що він погіршує стандартну мову та негативно впливає на мовців.

Є багато причин вживання сленгу, і вони різняться в залежності від приналежності до певних соціальних груп. Студенти вживають сленгові вирази для того, щоб здаватися сучасними. Перш за все, при спілкуванні студенти послуговуються сленгом не тільки для передачі інформації, але і для вираження власного світогляду, ідей, для підкреслення власної особистості та того, що вони йдуть в ногу з часом.

По-друге, сленг є однією з форм влиття в колектив і засіб бути адекватно сприйнятими у тій групі людей, з якою ведеться спілкування. Врешті-решт, студенти не вживають сленг постійно, вони користуються ним в більшій мірі в тих ситуаціях, коли сподіваються на розуміння. Студенти майже завжди заперечують той факт, що вони вживають сленг навмисно. Вони акцентують увагу на тому, що вживання сленгу відбувається підсвідомо [38].

Все-таки, сленг вживається навмисно у тому сенсі, що студенти підбирають слова та вирази залежно від ситуацій та співрозмовників, або вирішують взагалі не вживати сленг. Вибір фраз залежить від підсвідомих структур мови, оскільки сленг вживається в усній мові, людьми, які в більшості можуть і не усвідомлювати, що це сленг. Коли письменники вживають сленг, то він підібраний уважніше і більш вдало, для того щоб надати більшого ефекту. Хоча письменники зрідка є творцями сленгу [38, 232].

Молоді люди користуються сленгом у певному середовищі. Під час спілкування у колі друзів, близьких знайомих, однокурсників, можна почути найбільше сленгових фраз, оскільки ці фрази емоційно зближують їх та безпосередньо, легко та коротко висловлюють своє ставлення до подій та явищ, які обговорюються.

По-третє, у деякому розумінні сленг може бути своєрідною грою для акуратного, навіть глузливого опису подій та вражень [38].

Отже, сленг забезпечує близькість. Зазвичай він виконує важливу соціальну функцію, яка полягає у виключенні або включенні людини у близьке оточення, вживання тієї мови, яка функціонує у певному колі людей, у певній професії. Сленг – лексична інновація у певному культурному розумінні. Певні групи людей вживають сленг тому, що це безпечний та ефективний спосіб протестувати проти установлених речей чи мовних правил.



Сленговий зворот може почати широко використовуватись, увійти у стандартну мову або зі своїм первинним значенням – *bus* від *omnibus* або з набутим, дещо зміненим значенням – *jazz*, що спочатку мало сексуальну конотацію. Деякі вирази – *booze* – алкогольний напій, вважались сленговими протягом століть. Засоби масової інформації у ХХ столітті прискорили розповсюдження сленгових виразів. Телебачення перетворило на сленг деякі вирази кримінального середовища – *five grand for \$5000*. Також стимулюють розвиток сленгу зміни соціальних умов. Поняття, пов'язані з наркотичними речовинами – *pot* – наркотик, який курять як цигарку (марихуана), були взагалі секретним жаргоном у 1940-х, у 60-х роках їх почала вживати прогресивно налаштована молодь, а в 70-80-х роках ці терміни були широко відомі [54].

У деяких випадках сленг дає необхідну назву явищу або предмету – *walkie-talkie* – портативний двосторонній радіоприймач; *tailgating* – висіти на хвості; надає емоційне забарвлення – *buzz off!* – йди геть!; відображає гумористичне ставлення – *smoky-state highway trooper*; дозволяє мовцю збентежити співбесідника, коли він вжитий у непередбачуваному контексті. Сленг існує так давно, як існує мова. Однак, питання чому сленг розвивається в системі мови, завжди було суперечливим. Безсумнівно те, що причини вживання сленгу можна краще пояснити, проаналізувавши, як і чому він існує [54].

Сленг може вживатися з різними цілями, проте загалом він виражає певний емоційний стан, ставлення. Уживане різними людьми, в різному контексті, одне і те ж слово може виражати діаметрально протилежне значення.

Отже, існує п'ятнадцять ключових мотивів вживання сленгу:

- 1) Молоді люди вживають сленг для отримання задоволення, для підвищення настрою або маючи легковажні наміри.
- 2) Як вправління у кмітливості, жартах. Поштовхом може бути снобізм, егоїзм, завищена самооцінка та презирливе ставлення до співбесідників.
- 3) Для того, щоб бути оригінальним, відрізнитись.

- 4) Для того, щоб виділятися (як позитивно, так і негативно).
- 5) Для того, аби бути адекватно сприйнятим у певному середовищі.
- 6) Щоб урізноманітнити мову.
- 7) Для уникнення кліше, для лаконічності.
- 8) Надати конкретності абстрактному, наближеності віддаленому.
- 9) По-особливому висловити відмову або незгоду, надати додаткового відтінку словам, зменшити серйозність розмови, приховати сумні емоції.
- 10) Щоб звернутись до особи нижчої за статусом.
- 11) Для спрощення комунікації з публікою.
- 12) Посилити дружелюбну атмосферу.
- 13) Продемонструвати свою приналежність до певного соціального класу чи професійної групи.
- 14) Показати, що хтось належить до певної субкультури.
- 15) Передавати певну інформацію, яку інші не повинні розуміти.

Отже, люди створюють сленг для того, щоб оновити мову, поглибити її, збагатити цікавими та яскравими елементами, щоб зробити словниковий запас багатшим на різні відтінки значень. Хоча творці сленгу просто вживають сленг у мовленні, іноді не задумуючись про свої наміри.

### **1.5. Функціональна спрямованість студентського сленгу**

Відповідно до цілей та завдань, які виконує студентський сленг, можна виділити такі його функції:

- 1) ідентифікаційна функція – субмова дозволяє молодим людям відчутти себе більш згуртованими, відбувається превалювання відчуття одностайності, взаєморозуміння;
- 2) функція спілкування – сленг виступає мовою спілкування всередині певної суспільної групи;

3) емоційно-експресивна функція – сленг допомагає комунікатору вільно та найбільш повно виразити всі почуття та емоції, які з'являються внаслідок вікових особливостей, зокрема яскравого вияву юнацького максималізму;

4) оцінна функція – висловлює ставлення мовця до оточуючих предметів та дійсності, характеризує оцінні відношення. Ця оцінка може коливатися від дружньо-іронічної до презирливо-принизливої. У більш широкому сенсі оціночні вирази можна поділити на загальнопозитивні та загальнонегативні;

5) маніпулятивна функція – присутня в провокаційно-спонукальних конструкціях, проте більшість з яких не вимагає негайного виконання волі мовця. Вони швидше за все створенні для того, щоб продемонструвати роздратування мовця співрозмовником і, як правило, намір припинити з ним спілкування.

6) номінативна функція – сприяє пристосуванню молоді до технологічного прогресу;

7) творча функція. Метою творчої функції є задоволення потреби словесного вираження того, чому в літературі немає відповідного еквіваленту;

8) функція економії часу.

Отже, ми бачимо, що сленг багатофункціональний. Насамперед, він дає насмішкуватий ефект – він призначений саме для сленгу вже за способом словотворення. Таким способом, можна стверджувати, що сленг є невід'ємною частиною мови.

Сленг робить мову коротшою, конкретнішою, емоційно виразнішою, а також служить своєрідною ознакою приналежності до певного соціального середовища. Істотною відмінністю сленгу є те, що сленг «обслуговує» вузьке коло людей, а також його підвищена емоційність, тенденція «стислості» в словах та виразах.

Люди помилково вважають, що мова розвивається сама по собі: за допомогою певного алгоритму дій, кругообігу процесів, спірального розвитку, шляхом поглинання іншомовних елементів за допомогою спілкування, за рахунок її літературного розвитку

поетами, письменниками, публіцистами тощо. Однак на практиці мова не може еволюціонувати самостійно і молодь відіграє важливу роль у її розвитку. Ще «не покалічені» сталістю та унормованістю життя, як правило, внаслідок соціалізації та прагматичності повсякденного існування, надані самі собі, молоді люди не бояться та мають час експериментувати з мовними сегментами, мимоволі беручи участь у словотворенні та створенні граматичних інновацій, що як наслідок утворює їх власну лексику – сленг.

Отже, сленг виступає специфічним мовним підтипом, який зазвичай розглядається як порушення стандартних мовних норм. Це дуже виразні іронічні слова та вирази, що відводяться для позначення предметів, про які ведеться мова у повсякденному житті, й які стали невід’ємними частинами мовного середовища. Шляхом сленгізації мова звільняється від окремих «обтяжуючих» моральних канонів. З одного боку, це розширює межі свободи, і мовної також, дозволяє корегувати рівень емоційної забарвленості, полегшує спілкування, заощаджує час, але, з іншого боку, важливо розуміти чи мають ці процеси цілком позитивний відбиток.

Сленг допомагає студентам підкреслити власну індивідуальність, що є психологічною необхідністю на даній стадії становлення, відійти від загальноприйнятих стереотипів та стандартів, навчає словесній грі. Утім, апелювати сленгізованими номінаціями необхідно лише в своєму оточенні та знати міру, адже часте та рясне вживання сленгу призводить до байдужості до правильності та лексичної точності мови, а також до скорочення словникового запасу.

Студентський сленг має цілий ряд специфічних рис та особливостей, що відрізняють його від інших субмов: соціолектів (мови злочинців, бездомних, олігархів), професіоналізмів (мови шахтарів, лікарів, педагогів) і тому подібних мовних явищ. Через те, що й досі відбувається плутанина цих дефініцій, існує проблема акуратної ідентифікації поняття. Мінливий характер студентського сленгу можна віднести до таких особливостей. Ця риса є проявом постійного «оновлення» молоді підростаючими

дітьми та дорослішанням сьогоденної молоді. Студентський сленг, на відміну від літературної мови, нікому не нав'язується, він просто існує. Шляхом його використання, носії студентського сленгу намагаються відійти від одноманітного світу дорослих.

Різноманітні реорганізації та модифікації систем сленгу залежать від історичних подій, на тлі яких відбувається становлення молоді. В побутово-мовному середовищі, де найбільш соціально перспективним прошарком й виступає молоде покоління, віддзеркалюється кожна нова форма суспільних відносин, кожна нова історична епоха. Таким чином, мовна компетенція та мовна поведінка цієї вікової групи визначається напрямком розвитку й інших соціальних підсистем мови, зокрема розмовної та літературної мови. Студентські сленгові номінації демонструють рівень культурних уподобань, захоплень, смаку та потреб їх носіїв. Фактично сленг відображає особливості свідомості та світогляду студентської молоді, що проявляється в саркастично-критичному сприйнятті реальності та травестіюванні офіційних мовних норм.

Існують різні підходи до визначення поняття «сленг». Кожен науковець, чії праці ми аналізували трактує сленг по-різному та схиляється до своєї позиції, яка полягає у висвітленні того чи іншого аспекту даного явища. Існує декілька дефініцій, однак, незважаючи на це, найбільш вдалою є дефініція В. О. Чеховської, яка розуміла сленг як стиль мови, протилежний офіційному.

Етимологія досліджуваного явища дозволяє розглядати «сленг» як соціолінгвістичний феномен, виникнення якого обумовлено взаємодією певних соціальних і професійних груп, формуючи таким чином пласт нелітературної розмовної лексики, що відображає особливості мови різних соціальних верств та характеризується яскравим емоційно-оцінним забарвленням.

Сленг не залишається постійним, відбувається безперервна реорганізація, зазвичай катагенез. З переходом від однієї модної тенденції до іншої, старі слова

забуваються, втрачають свою актуальність, їм на зміну приходять нові та, як правило, у спрощеному вигляді. Цей процес проходить дуже стрімко і головним чином пов'язаний зі зміною поколінь. Протягом вікових змін, відбувається становлення власної індивідуальності й утвердження самобутньої свідомості індивіда, яка з часом переростає в більш складне поєднання доцентрових та відцентрових тенденцій. Починають формуватися антагоністичні уявлення – «бути не як усі» і корпоративні – «бути подібним до своїх». Так створюються своєрідні опорні лексеми сленгу молоді, об'єднаної спільними інтересами, територією, способом життя. Таким чином, у кожного прийдешнього покоління молоді будуть з'являтися свої сленгізми. Сленг поповнюється завдяки комп'ютерним технологіям, музичній культурі, кримінальній лексиці, арготизмам, іграм, відео, фільмам, хобі та засобам масової інформації.

Американський сленг змінюється відповідно до середовища його вживання. Сленг озвучує реалії життя саме у цьому середовищі, адже кожне з таких середовищ має свої відмінності. В. Л. Скалкін визначає вісім сфер спілкування: соціально-побутову, сімейну, професійно-трудова, соціально-культурну, сферу громадської діяльності, адміністративно-правову, сферу ігор та захоплень, видовищно-масову сферу [39, 63]. Залежно від того, які завдання ми намагаємося вирішити, відбувається побудова вислову, який можна віднести до однієї з вищезазначених сфер спілкування, а в деяких випадках, навіть до декількох одночасно.

За допомогою сленгу мовець виражає своє «Я», протестує проти мовних правил, кодифікує певну інформацію, вливається в колектив, соціалізується, має можливість виражатися емоційно, коротко та влучно виражати власне ставлення до явищ, подій тощо.

Студентський сленг – багатофункціональний. До його функцій належать: ідентифікаційна, комунікативна, емоційно-експресивна, оцінна, маніпулятивна, творча, номінативна, функція економії часу.

Окрім того, сленг є невід'ємною частиною соціальних класів. Студентський сленг – найцікавіше явище у будь-якій мові, адже він охоплює основні інтереси людей молодого покоління. Навіть подорослішавши, людина за звичкою продовжує використовувати сленгові вирази і, таким чином, забезпечується їх впровадження в мовлення старшого покоління.

## РОЗДІЛ 2

### СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТУДЕНТСЬКОГО СЛЕНГУ

#### 2.1. Варіативність та мінливість студентського сленгу

Студентський сленг належить до спеціального сленгу. Студентський сленг формується навколо ядра корпоративних жаргонів та є одним з шарів лексики молодіжного сленгу. Професійні жаргонізми також складають значну частину лексичного складу студентського сленгу. Як корпоративні, так і професійні жаргони, у свою чергу, піддаються впливу кенту.

Отже, вслід за вищезгаданими вченими [3; 8; 11; 28; 37; 64; 65], вищенаведене дозволяє сформулювати подальше визначення студентського сленгу: студентський сленг – це мікросистема просторіччя, досить неоднорідна за своїм генетичним складом, яка має комунікативну та емотивну функції. Корпоративні жаргони становлять ядро студентського сленгу [13, 191].

Оскільки в даній роботі ми розглядаємо студентський сленг, то необхідно визначити, у чому полягає відмінність студентського сленгу від сленгів інших типів. По-перше, дані сленгові одиниці служать для спілкування людей однієї вікової категорії. По-друге, студентський сленг відрізняється «зацикленням» на реаліях світу студентства. Розглянуті сленгові одиниці відносяться тільки до цього світу, у такий спосіб відокремлюючи його від усього іншого, і найчастіше незрозумілі людям інших вікових категорій. Студентська молодь відчуває себе членом замкнутої спільноти завдяки знанню такої спеціальної мови. І, по-третє, нерідко у числі сленгової лексики зустрічаються і досить вульгарні слова.

Таким чином, вищезазначені спостереження не дозволяють віднести студентський сленг ні до однієї окремо взятої групи спеціальної нелітературної лексики і змушують розглядати його як явище, якому притаманні риси кожної з цих груп [6, 37].



Слід зазначити, що будь-яка мова – живе явище, що вербалізує існування конкретної культурно-історичної епохи. Більшість нових сленгових слів та виразів з’являються та еволюціонують цілком природним чином з конкретних ситуацій. Крім того, усякому новому поколінню також потрібні певні нові слова, щоб пояснити свій дещо інший погляд на ті речі, що існували раніше. Цей дещо інший погляд відображає, зокрема, і культурно-історичну ситуацію, що змінюється [25, 170].

С. Б. Флекснер вважає студентську молодь найактивнішим елементом, який створює сленг [59]. Отже, надалі в прикладах ми розглядатимемо студентський сленг.

Студентський сленг, як нами було уже зазначено раніше, формується навколо ядра корпоративних жаргонів. Виділяється величезна кількість корпоративних жаргонів, серед яких студентські сленгізми становлять особливий інтерес. Як найбільш великі, можна виділити сленги школярів та студентів. У свою чергу, вони поділяються на більш дрібні соціально детерміновані та локально обмежені корпоративні сленгізми. Те ж саме стосується й американського студентського сленгу, оскільки практично кожен університет або коледж має свій, відмінний від інших, лексикон. На особливості корпоративних сленгів шкіл та вищих навчальних закладів впливає специфіка тих чи інших навчальних установ. Соціальний статус тих, хто навчається та регіональні різновиди сленгу мають також відповідний вплив [17, 91].

Зазвичай сучасні студентські сленгізми не мають історії, вони змінюють один одного, їх лексикони дуже рухомі. Так, у США за останні 35-40 років виник популярний сленг бітників, що поступився місцем сленгу хіпі; пізніше з’явився сленг панків, япі [50, 54]. У той час як західний світ пережив потужний культурний переворот (увага до неформальних молодіжних субкультур, соціальних аутсайдерів, сексуальна революція, феміністичні рухи), що викинув на поверхню увесь мовний маргінал, для країн пострадянського простору подібним поштовхом стало здобуття незалежності [20, 7]. Практично будь-якому молодіжному руху відповідає свій корпоративний сленг. Вшановування того або іншого молодіжного сленгу залежить від

капризів моди, зміни захоплень, правового статусу молодіжних організацій, соціального положення носіїв даного сленгу тощо [50, 54].

Яскравою ілюстрацією мінливості сленгу може служити розвиток синонімії. Таким прикладом в англійській мові може виступити ряд синонімів, що позначають «дурний», «ідіот», які були зареєстровані словником “The Longman Register of New Words” з 1986 по 1988 роки: *an airhead, a benny, a dickhead, a dink, a dork, a meat-head, a rubblehead* [54].

Отже, мінливість сленгу в цілому не викликає сумнівів. Але поза сумнівом також і те, що певна частина лексики є більш, а інша менш мінливою. Постає питання, які сленгізми можна віднести до ядра стійких одиниць.

З цією метою звернемося до дослідження, проведеного Г. Р. Івановою [17, 94] на прикладі сленгу студентів Великобританії та США. Для аналізу було використано посто американських і британських сленгізмів. Їх хронологічна глибина встановлювалася п'ятьма часовими відрізками: середина XIX ст., кінець XIX ст., початок XX ст., середина XX ст. та друга половина XX ст. Середня хронологічна глибина британського студентського сленгу становила 50 років, американського студентського сленгу – 45 років.

Результати досліджень показують, що найбільш стійкою та історично старою є лексика, що відображає «професійні» особливості та обов'язки студентів, найменш стійка лексика – та, що пов'язана з побутовою стороною студентського життя, яка є, відповідно, найбільш соціально, економічно й політично обумовленою [17].

Тому, завдяки своїй надзвичайній гнучкості та рухливості, сленг постійно змінюється, з'являються нові слова, а вже існуюча лексика може набувати нових значень. Тобто сленг будується як з нових, постійно виникаючих у процесі спілкування, так і з відомих слів, але в новому їх застосуванні [5, 35].

Так, при розгляді студентського сленгу в цілому чітко простежується залежність деяких мовних явищ від життя суспільства, його історії і конкретних політичних, економічних, соціально-культурних та інших позамовних чинників.

## **2.2. Мовні особливості американського студентського сленгу**

Сленг – це нешкідливе утворення мови, яке вульгаризує усну мову, а органічна та в деякій мірі необхідна частина цієї системи. Сленг розвивається, змінюється надзвичайно швидко. Це утворення, яке може як легко виникнути, так і зникнути. Всі ці зміни відбуваються для спрощення та розуміння усної мови. Сленг – дуже живе та динамічне утворення. Його використовують у різних сферах суспільного життя. Це важлива складова мови, яка допомагає «тримати» її «живою». Але на жаль, студент часто не усвідомлює, що це загрозово впливає на культуру рідної мови, збіднює її, не дозволяє використовувати сповна її розкішний мовний арсенал.

Метафорична експресивна лексика студентського сленгу з огляду на звичайні потреби комунікації здається надмірно розбудованою. Це зближує її з поетичною мовою. Думку про подібність поетичної мови і сленгу висловив данський мовознавець Отто Єсперсен [29, 32].

Гумор і грубуваті емоції домінують у студентському сленгу. Він відображає притаманну молодіжним середовищам позицію «аби було інакше, кумедніше, ніж у звичайній мові», отже, спрямований на вербальну гру, забаву.

Практично кожен індивід, будучи членом кількох соціальних груп, стає носієм кількох соціолектів. У певних групах, наприклад у групах однолітків (любителів певного жанру музики або членів клубів за інтересами), з'являється ненадовго, лише в певний період життя, а до інших він належить довгий період часу (часто залишається протягом усього дорослого життя в одній професійній групі). Цим пояснюється те, що професійні діалекти (рибальські, мисливські, водійські тощо) належать до стабільних, тих, що розвивають професійні звичаї. Ті ж мовні варіанти, наприклад, соціолекти

молодіжних груп – той же студентський сленг, які утворюються в безпосередніх контактах, відзначаються змінністю, плинністю. Тільки механізм творення слів у них є тривалим, самі ж слова виникають та забуваються одразу ж зі зміною особового складу груп [31, 174].

Однією з цікавих особливостей студентського сленгу є зміна значення мовних одиниць літературної мови, що додає мовленню саркастичного забарвлення. Проте, одиниці студентського сленгу теж змінюють свою семантику в сленгові окремих груп. Заміна слів їх семантичними синонімами, тобто такими, що мають не зовсім доречний смисловий відтінок – це ще один із прийомів, що застосовується у студентському мовленні [30, 200].

Розглянемо мовні особливості американського студентського сленгу, а зокрема різноманітні способи утворення лексичних одиниць: синонімічні дублети, конверсія, редуплікація, словоскладення, афіксація, усічення слів, ініціальні скорочення, стягнення, прономіналізація.

Величезну частину одиниць студентського сленгу репрезентують ті лексичні одиниці, які практично є еквівалентами нейтральних або розмовних одиниць. Ці лексичні одиниці не є актуальними для офіційного спілкування, а є зниженими дублетами-синонімами типу:

*ace boon coon, roaddog, boogerhead* – товариш, приятель;

*bank, yen, duckets, spent, bones, Benjamin, loot* – гроші, бабки, зелені;

*bud(dy), guy, chum, mate* – друг, компаньйон;

*buttons* – пульт від телевізора;

*wench, gooeu* – подруга, кохана дівчина;

*to bum* – просити;

*to jack* – красти;

*janky* – непривабливий;

*to jet, jam* – йти, полишати;

*to lunch* – збожеволіти [79].

До категорії дублетів-синонімів відносимо також власне сленгізми, такі як:

*buzz crusher* – зануда, людина, яка псує задоволення іншим;

*posse, dogpack, tribe, crew* – коло друзів;

*kill, kari* – підсміюватися [78].

Американці прагнуть по-новому, незвичайно називати загальноживані поняття і явища. З часом це породжує великі синонімічні ряди. Наприклад:

*bosh, blating, bolony, crap, monkey-nuts, leans, jackety-jach* – нісенітниця;

*dippy, dope, hipped, crackpot, barmy, cockeyed, nuts* – ненормальний [73].

Американському студентському сленгу властиве досить широке застосування таких засобів словотвору як:

1) конверсія:

прикметник *extra* (лишній, запасний) переходить в розряд іменників, і позначає людину, яка докладає занадто багато зусиль для якоїсь справи, яка навряд чи потребує цього;

*shake-up* – тренувальний зал для великого класу (від *shake-up* – рясти, розворушити);

2) редуплікація. Варто нагадати, що за допомогою такого прийому, як редуплікація (подвоєння кореня або цілого слова) адресант прагне урізноманітнити своє мовлення оригінальністю і додати до нього ноту новизни:

*blah-blah* – безглузда розмова;

*skunk-drunk* – п'яний;

*boo-boo* – долар; рана;

*hotsy-totsy* – досконалість;

*rusty-dusty* – сідниці;

*fuddy-duddy* – старомодний;

*bow-wow* – собака; авторитетна особа;

*blue-flue, county-mounty* – поліція;

*boozy-woozy* – алкоголь [22].

3) словоскладення:

*Amerasian* (*American* + *Asian*) – людина як американського, так і азійського походження;

*pedtextrian* (*pedestrian* + *text*) – хтось, хто надсилає текстові повідомлення під час ходьби. Наприклад:

*Dude, I was LMAO at a pedtextrian who slammed into the parking meter this morning. Hilarious!* [79]

Як ми бачимо в наведеному вище прикладі, такі люди зовсім не звертають увагу на те, що відбувається навколо них. Вони можуть вдаритися об такі речі як паркомати, ліхтарні стовпи або ж впасти на сходах.

*crunk* (*crazy acting* + *drunk*) – божевільний і п'яний;

*backscratcher, lickspittle* – підлабузник;

*blabbermouth* – базікало;

*brainwashing* – промивання мізків;

*friendstealer* – той, хто відбиває друзів;

*bluestocking* – «синя панчоха», вчена жінка [79].

Поряд з лексико-семантичним словотвором широко використовується морфологічний словотвір. Найбільш продуктивним є афіксальний тип словотвору (*homers* від *homework* – домашня робота).

При утворенні сленгових одиниць використовуються ті ж суфікси, що й у нейтральній лексиці, але в сленгу вони здобувають більш колосальний спектр значень.

Найпоширеніший суфікс в американському сленгу – суфікс *-er*. Цей суфікс став активно використовуватися в мові студентів Оксфорду в середині ХХ століття, а потім одержав широке поширення і в інших університетах та коледжах:

*fixer* – охоронний пост перед учбовим корпусом;

*jack-off* – халявщик, ледар;

*reader* – шпаргалка;

*roofer* – божевільна людина, чия поведінка може загрожувати іншим;

*sleeper* – курс лекцій;

*to deputize* – замінити [12].

В області словотворення найбільш типовою рисою американського сленгу є перетворення ряду повнозначних слів на напівсуфікси. Таким чином, слово *rat* використовується як напівсуфікс із значенням «людина, що захоплюється певною діяльністю»: *beach rat, football rat, gym rat, mall rat, market rat, party rat, pool rat, rink rat, surf rat* [21]. Слово *busting* перетворилося на напівсуфікс із значенням «той, що контролює, домінує»: *ball-busting, business-busting, class-busting, gang-busting, home-busting, model-busting, opinion-busting, prison-busting, team-busting* [56].

Спостерігається також активний словотвір за допомогою типово іншомовних суфіксів. Наприклад:

*-ateria / -eteria (icn.):*

*bookateria* – книжкова крамниця;

*bobateria* – салон краси;

*-ino (im.):*

*gambolino* – азартний гравець;

*lookerino* – красуня [67].

Більшу групу становлять дієслова, які вживаються в стійкому сполученні з постпозитивами *around, down, off, out, up*. Найпродуктивніші з них – *out* і *up*:

*bunk off* – прогулювати заняття;

*answer off the cut* – імпровізувати, відповідати без підготовки;

*kiss off* – відрахувати з університету;

*zonk out* – зійти з катушок від перевантаження чи втоми;

*pig out* – багато їсти, об'їдатися;

*crap out* – не скласти іспит;

*wash out* – не скласти іспити, бути виключеним;

*button up* – замовкнути, припинити розмову [69].

Два продуктивних префікси, нещодавно зафіксовані у студентському сленгу англійської мови, – це *perma* «тимчасово» і *mega* «велика кількість». *Perma* можна спостерігати в таких словах, як *permatan*, *permafried*, *permatrouble*, *permaparty*. Префікс *mega* (з грецьк. «великий») давно утвердився в англійській мові, особливо при творенні наукової термінології (*megabyte*, *megapixel*), а в студентському сленгу цей префікс вільно поєднується із звичайними словами (*megabucks*, *megablast*, *megafirm*, *megastar*, *megapenny*, *megahit*, *megarich*, *megadual*) [52].

У студентському сленгу спостерігається тенденція до спрощення, до економії мовних зусиль, що виявляється у скороченні лексичних одиниць та вживанні коротких слів [19, 11].

Розглядаючи певні різновиди скорочень, особливо варто звернути увагу на різні види усічених форм та аббревіатур, які широко використовуються в студентському сленгу. Можна привести численні приклади створення експресивно-забарвлених скорочень, функція яких змінюється залежно від контексту.

1) Усічення слів:

*cig* = *cigarette* – цигарка;

*basics* = *basic subjects* – основні предмети;

*fam* = *family*;

*fundas* = *fundamentals* – основи;

*geri* = *geriatrics* – людина похилого віку;

*lab* = *laboratory* – навчальний кабінет;

*rep* = *reputation* – репутація;

*rony* = *pepperoni* – піца з гострою салями;

*soph* = *sophomore* – другокурсник;



*za* = *pizza* – піца;

*zam* = *exam* – іспит [76].

У студентському середовищі дуже поширене усічення словосполучення, коли усікається тільки одне зі складових слів, що несе семантичне навантаження, інше ж – опускається: *ret* = *tobacco cigarette* [76].

2) Ініціальні скорочення.

Деякі з них мають конспіративну функцію:

*B.D.S.* = *big dick syndrome* – самовпевнений;

Іноді вони використовуються з метою мовної економії:

*B.F.* = *best friend* – найкращий друг;

*FOMO* (“*Fear of missing out*”) – боязнь пропустити вечірку;

*G.O.A.T.* = *greatest of all time* – найкращий з усіх;

*P.* = *parent* – батько;

*N. G.* = *nice game* – гарна гра;

*T. P. T* = *trailer park trash* – людина, яка живе в автотрейлері;

*XYZ* – так званий «код» для того, щоб попередити когось, що їх застібка-блискавка розщібнута;

*YOLO* – не надто серйозна аббревіатура - це скорочення від “*you only live once*”.

Еквівалент латинському «*carpe diem*», хоча з набагато менш серйозним підтекстом.

*YOLO* був популяризований американським репером Дрейком і діє як заклик жити на повну [69].

Часто такі форми мають жартівливо-пародійне забарвлення. Наприклад:

*LS and players* – зневажливе прозвисько студентів Мічиганського коледжу літератури, природничих наук і мистецтв [67].

3) Стягнення:

*zerology* – курс пустих лекцій, які можна не відвідувати;

*sexology, boyology* – мистецтво залучати чоловіків [73].

Вони розрізняються першою частиною. Зміст других повторюється у всіх словах і полягає в натяку на якусь наукову дисципліну [46, 59].

Варто також зазначити, що існує значна кількість сленгових утворень, до яких входять числівники та десяткові дроби:

2,5 – університетський поліцейський або охоронець;

42 – кльовий, хіповий;

5,0 – поліцейський;

86 – позбавляти, викидати;

411. Раніше американці набирали номер 411, щоб отримати певну інформацію.

Хоча це вже не є звичним явищем, 411 живе в сленговій мові. Запитати когось про 411 рівнозначно питанню “what’s the gossip” або “what’s the info” [70].

Наведемо деякі стилістичні засоби словотвору, які поповнюють сленг: полісемія, метафора, метонімія, каламбурна підстановка.

Багато сленгових лексичних одиниць є багатозначними:

*sand* – 1) цукор; 2) сіль;

*ice* – 1) діаманти; дорогі прикраси; 2) вбити когось; 3) нелегальний наркотик;

кристалічний метамфетамін [70].

Наприклад, слово *horse* (*n*) в сучасному американському студентському сленгу може означати: 1) героїн; 2) гній; 3) шпаргалка. Отже, наведене слово матиме різні значення в різних контекстах.

Зміна значення первинної лексичної одиниці є одним із найпоширеніших засобів утворення нових лексичних одиниць. У більшості випадків зміна значення спричинена переносом найменування, а саме:

1) метафорою, оскільки метафоризація – один з основних стилістичних засобів сленгового словотвору. За її допомогою утворюються найяскравіші та найуживаніші слова:

*birdcage* – студентський гуртожиток;

*cookie* – цигарка;

*zombie* – втомлена людина [78].

Для метафоризації часто властиве гумористичне трактування означуваного:

*eye broccoli* – неприваблива особа;

*four-eyes* – людина в окулярах.

У процесі метафоризації відбувається поява студентських сленгізмів, які представляють емоційно забарвлену лексику, найчастіше насмішкуватого, іронічного або пародійного характеру. Наприклад:

*beef* – проблема;

*buffalo chick* – товста жінка;

*mule with a broom* – дуже негарна дівчина;

*business class* – занадто товстий, щоб поміститись на звичайному сидінні;

*dark side* – студентський район;

*fruit* – дурень [71].

Як бачимо з вищенаведених прикладів, значну роль в утворенні цих одиниць грає метафоричний перенос.

2) метонімією:

*visit lady Perriam* (відвідати леді Перріам) – піти до туалету (леді Перріам подарувала коледжу будинок, де тепер розташований туалет);

*crispy* – стильний.

Одним із характерних засобів стилістичного словотвору, передусім для сленгу, є каламбурна підстановка:

*insomniac* – той, хто страждає безсонням;

*brainiac* – інтелектуал [79].

Особливе місце серед одиниць студентського сленгу займає досить численна група, яка представлена вигуками, що надають висловлюванню експресивного забарвлення і слугують для прямого вираження емоцій та спонукань, не називаючи їх.

Зазвичай вони являють собою короткі вигуки або імітацію звуків та виражають різні ступені:

1) здивування: *bam!, begorrah!, bonk!, chyaa!, crikey!, eek!, eep!, eesh!, flip mode!, gee! / geez!, geepers!, golly!, good grief!, goodness!, gosh!, goshness!, oh dear!, oh my!, ooh!, ooh-la-la!, my word!, shnikies!, whew!, whoa!*;

2) згоди: *ah... ja!, amen!, aye!, bet!, dude!, for real!, oh well!, right-o!, shoots!*;

3) незгоди: *as if!, dah!, nah!, negotary!, nuh-uh! ta huh!*;

4) схвалення: *attagirl! / attaboy!, ba-dum-tss!, bingo!, cool!, damm right!, dig that!, score!, zing!, zool!*;

5) зніяковілості: *erf!, sqeebs!*;

6) недовіри: *badand!, humph!, pshaw!*;

7) несхвалення: *boo!, la-de-dah! / la-di-da!, tsk-tsk!, tut-tut!*;

8) схвилювання: *holy cow! / holy Molly!, jeepers creepers!, squish!, woochow!*;

9) відрази: *ack!, bleh! / bleah! / blech!, eww!, ick!, pooh!, shiznet!, ugh!, yuck!*;

10) вираження радості: *hallelujah!, heigh-ho!, ole!, wheel!, woo!, woo-hoo!, woorty-woo!, yahoo!, yaу!, yee-haw!, yippie! / yippee!, yo-ho-ho!*;

11) способів привертання уваги: *ahem!, ahoy!, hail!, psst!, yo!, yoo-hoo!*;

12) роздратування, злості: *arge!, argh!, bah!, bah humburg!, cripes!, crud!, damn! / darn! / dang!, drat!, duh!, grr!, man!, my gosh!, oy!, pff!, phooey!, rats!, sheesh!, shucks!, whoa!* [52].

Крім цього способу вираження емоцій існують прикметники з оцінною конотацією, завдяки яким мова молоді стає більш експресивною та емоційною. До прикметників з позитивною конотацією належать наступні одиниці:

Ам.: *bomb, biggity/diggity, boss, bommy, brad, chouch, coolarific, doke, dope, fantabulous, hype, groovycool, killer, phat, 42*;

Укр.: забубенний, попсовий, тузовий, кльовий, крутий, кайфовий, офігітельний, суперовий, ульотний тощо.

Негативну конотацію мають прикметники:

Ам.: *bunk, bogus, booeu, booty, buttery, crappy, doobs, dodgy, jankety, hoopty, horribad, schwag, shady, shifty, skadip* [52];

Укр.: відстійний, гнилий, голімиий, гумозний, задрипаний, фіговий тощо.

Слід зауважити, що для студентського сленгу більш розповсюдженою є негативна ціннісна орієнтація, загальна для форм внутрішньо групового спілкування та соціальних ситуацій використання сленгу [19, 12].

Крім словотвору, важливим є аспект джерела походження сленгу. Дуже часто у студентський сленг проникають слова з інших соціальних діалектів. Він, у свою чергу, стає джерелом запозичень для інших професійних груп та жаргонів. Наприклад, у виразі *God squad* – студенти, які спеціалізуються на вивченні релігії, відбувся метафоричний перенос військового терміну *squad* – взвод та *God* – Бог;

*walk of shame* – створене за аналогією з *walk of fame* (алея слави). Означає вертатись додому після нічної вечірки на очах у всіх сусідів. Наприклад:

*He was doing the walk of shame when I passed him on the street this morning* [78].

У даному реченні *walk of shame* також може означати повернення додому після випадкового сексуального зв'язку. Зазвичай в тому ж одязі, в якому пішов з дому попереднього дня.

*communist* – дурнуватий, поганий;

метафоричний вираз *jump on the grenade* – кидатись на гранату, означає розважати негарну дівчину, щоб дати своєму другу можливість провести час з її гарною подругою;

*commodore* – походить від звання військово-морського офіцера високого рангу, після метафоричного переносу означає повільно працюючий комп'ютер;

*Gucci* – від назви відомого Дому моди та модного бренду, після використання в хіп-хоп піснях таких як D&D's "What's Gucci" зробило його синонімом слова "good." Наприклад:

*I'm Gucci!* – відображає емоційний стан;

*That's so Gucci!* – використано як прикметник [72; 73].

Сленгізми з'являються внаслідок появи нових модних слів, популярних в певний період. Іноді вважається, що такі слова і складають сленг. Так, у словнику Вебстера: «Slang is an informal nonstandard vocabulary composed typically of coinages, arbitrarily changed words, and extravagant, forced, or facetious figures of speech» [74]. Проте, модні слова зникають з плином часу. Так, наприклад, з підвищенням популярності танцю rock'n roll саме слово почало означати «гарний, популярний» – *rock'n roll car* [76].

Поповнення сленгу відбувається також шляхом створення неологізмів та оказіоналізмів, які досить часто переходять в інші стилістичні явища. Наприклад:

*rentals* – батьки;

*digethead* або *tool* – той, хто багато працює за комп'ютером;

*floppy disc* – заучка;

*iron pimp* – шкільний автобус;

*shark* – студент-відмінник;

*metal mouth* – особа, яка носить брекети для вирівнювання зубів або лікування неправильного прикусу [12].

При аналізі американського сленгу виявляється досить значний шар лексики, що виник на основі реалій даної країни та не має еквівалентів у мові перекладу [18, 45]. Прикладом безеквівалентних одиниць в американському студентському сленгу є наступні слова:

1) *rambo* – дієслово, утворене шляхом конверсії (N→V) від імені головного героя однойменного телесеріалу, що означає «знищити»;

2) *tupper* – *tea & supper*;

3) *campused* – обмежений територією кампусу (територією, що прилягає до університету та включає учбові корпуси, студентські гуртожитки, бібліотеки, лабораторії, актові зали тощо).

Слова та вирази запозичені з різноманітних жаргонів: студентського, спортивного, військового, кримінального. Наприклад:

– зі студентського: *rah-rah boys* – студенти, які надають перевагу спорту або веселим вечіркам;

– зі шкільного: *crack up* – розбиватися; *the dorms* – гуртожиток [71].

Студентські колективи черпають свої інновації з лексиконів груп, які користуються популярністю серед молоді та є для них прикладом для наслідування (зазвичай негативним). Таким чином багато сленгових одиниць було запозичено з лексикону наркоманів:

*buddak, cripps, doobie, hooch, hronik, smokey treat, tree* – марихуана;

*spliff* – цигарки з марихуаною;

*shard* – кристалічний метамфетамін;

*get one's johnny, blaze, burn, pull tubes, play monopoly* – курити марихуану;

*fiend, geek* – бути залежним від марихуани;

*hypertweaked* – залежний від кокаїну;

*blew out* – знаходитися у стані сп'яніння від наркотиків [78].

Лексика, пов'язана з вживанням алкоголю та вечірками також становить велику частину студентського сленгу:

*antifreeze* – алкоголь;

*chill* – розслабитися, релаксувати;

*to have arms, chizzil* – влаштувати вечірку;

*raise da roof* – тусуватися [70; 75].

Як показують приклади, загальною для студентського сленгу є ціннісна орієнтація вживання сленгу, спільна для форм спілкування всередині соціальної групи. Цим, напевно, пояснюється переважання сленгових одиниць з домінантами наркотики, алкоголь, в той час як сленгізми з домінантою навчання нараховують відносно незначну кількість.

Неодмінно слід зазначити, що існують деякі випадки іноземних запозичень:

*chalkie* – шкільний вчитель (вплив австралійського мультиплікаційного персонажу “Old Chalky”);

*nada* – нічого, з іспанської;

*carouse* – пиячити, від німецького *Gar aus!* [71; 73].

Отже, підсумовуючи все вищесказане, можна констатувати, що основними засобами утворення нових лексичних одиниць в студентському сленгу є афіксація, перенос найменування (метафорика та метонімія) та різні види запозичень [46, 59].

Також можна стверджувати, що засобами словотвору в студентському сленгу можуть бути всі засоби словотвору літературної мови, а також їх сполучення та всі інші можливі варіанти [8, 140].

Єдина умова, яка висувається до новоутворених сленгових одиниць полягає в тому, щоб вони характеризувалися експресивною забарвленістю та звучною вимовою, адже саме це є основною гарантією того, що вони приживуться в студентському середовищі [36, 28].

Студентський сленг ще раз підтверджує, що структура мови відображає соціальну неоднорідність структури суспільства. У ньому знайшли відображення багато соціальних процесів і соціально-психологічні установки суспільства [50, 118].

Сленг, особливо студентський, є найрухливішим пластом лексики й жоден словник нових та актуалізованих слів не здатний наздогнати розвиток мови у цій сфері. На додаток, багато лексичних одиниць сленгу дуже недовготривалі та швидко виходять з ужитку. Словники навіть не встигають їх зафіксувати [5, 13].

В рамках нашої роботи ми досліджуємо певну вибірку сленгізмів американського студентського сленгу, яка загальною кількістю нараховує близько 200 сленгових одиниць. Вибірка була взята зі словників сучасного сленгу [12; 21; 52; 54; 56; 67; 69-75; 76-79].



В американському варіанті англійської мови відбувається настільки плавний і непомітний перехід загальнолітературної розмовної лексики у нелітературну, що між ними вкрай складно встановити межу. Розрізнення американського сленгу є складним, однак вирішуваним завданням. Ця складність полягає в тому, що одні слова в американському варіанті сленгу мають не зовсім таке значення, як в англійському, а інші слова в Англії продовжують входити до складу сленгу, тоді як у США вони вже перестали бути сленгізмами та міцно закріпилися в розмовній мові. Як до американського, так і до англійського сленгу відноситься певна кількість слів, які мають тотожне значення. Іноді навіть важко визначити, американського чи британського вони походження.

#### 1) Протиріччя.

До американського сленгу можна віднести численну категорію слів, яку можна класифікувати як протиріччя. Сюди відносяться образні слова та звороти, що зародилися у сфері сільського господарства та робітничого класу. Наприклад:

*pennydog* – помічник майстра;

*tater* – картопля;

*varmint* – вперта тварина; бешкетник;

*gumshoe* – донощик;

*rawhide* – знущатися над робітником, змушувати інших важко працювати;

*live on air pie / live on wind pudding* – голодувати;

*yapper* – пліткар / пліткарка;

*garbage can* – житло в робочому районі; огидна особа [56; 73].

#### 2) Група слів та виразів грубого характеру.

До цієї групи можна віднести слова, які означають назви різних національностей.

Наприклад:

*coon, dingi, jig, nigger, shine* – негр;

*dago* – іспанець, італієць або португалець;

*greaser* – будь-який житель Південної Америки;

*k'nuch* – канадець;

*krauts* – німці;

*mick* – ірландець;

*wop* – італієць [79].

Також прикладами цієї групи слів є:

*to raise a stink* – вчинити скандал;

*a little snot, nose* – шмаркач [79].

3) Невелика група діалектизмів.

До даної групи належать слова та звороти, які присутні в мовленні американців, які живуть в районі іноземних поселень. Наприклад, для тих, хто мешкає поблизу мексиканського кордону, звичними стали слова *patio* – двір, *tamales* – страва з кукурудзи, *to go loco* – божеволіти [71]. Для жителів інших районів такі слова є абсолютно незрозумілими.

Отже, проаналізувавши американський сленг, можна сказати, що сленг поповнюється завдяки таким способам словотвору як: синонімічні дублети, конверсія, редуплікація, словоскладення, афіксація, аббревіатура, усічення слів, ініціальні скорочення, стягнення, прономіналізація. До стилістичних засобів належать полісемія, метафора, метонімія, каламбурна підстановка. Значну частину становлять вигуки, прикметники з оцінною конотацією, протиріччя, слова та вирази грубого характеру. Важливу роль у виникненні сленгових одиниць відіграють також джерела походження. Сюди відносимо слова з інших соціальних діалектів, неологізми, okazіоналізми, запозичення з різних жаргонів, іноземні запозичення.

### 2.3. Основні закономірності функціонування студентського сленгу

Американський студентський сленг викликає значні труднощі в розумінні. О. Д. Швейцер обумовлює це низкою причин:

1) Стремлінням комунікантів встановити невимушене взаєморозуміння; спонтанність та відсутність детальної продуманості змісту розмови; установкою на панібратське спілкування.

2) Тенденцією до зниження впливу Standard American English та поширення в її складі елементів нелітературної мови, зокрема сленгу.

3) Неадекватним підходом до викладання іноземних мов, який полягає в тому, що традиційні підручники, як правило, побудовані на базі штучно створеного, а не на основі природного мовлення.

4) Розширення сфери поширення студентського сленгу, що призводить до збільшення розриву між академічною мовою, яка орієнтована на взірцевий Oxford English, та мовою, що використовується у щоденному спілкуванні [50].

Студентський сленг об'єднує колективи його носіїв внутрішньо груповими зв'язками. С. Б. Флекснер вважає, що молодь є найбільш активним елементом, який продукує американський сленг [59, 498].

Отже, студентський сленг представляє собою досить неоднорідне утворення. Фактично він складається з мікросистем, характерних для тієї чи іншої смислової категорії:

1) сленг, який відноситься до загальноживаної лексики;

2) сленгові утворення, які описують людину. До них відносяться такі одиниці як: *drama queen* – королева скандалів. Описує дівчину, яка часто опиняється в центрі будь-яких скандалів і привертає до себе увагу.

*kibitzer* – людина, яка дає непрохані поради;

*scumbag, douchebag* – покидьок;

*trap queen* – сильна, вірна жінка;

*lookalike* – двійник. Використовується для опису людини дуже схожої на когось іншого.

*snack, knockout* – приваблива особа;

*butterface* – жінка з привабливим тілом, але непривабливим обличчям (but her face);

*E-boy/ -girl* – гібридна версія емо та готів Покоління Z. Специфічний стиль, який зазвичай включає в себе носіння чорного, неонового та ланцюжків, малювання маленьких чорних сердечок під очима, використання великої кількості рум'ян та наявність чубчика. Поширене в соціальній мережі TikTok. Міленіали зазвичай думають, що "e" означає «емоційний», оскільки стиль досить схожий до емо, але насправді це означає «електронний»;

*VSCO girl* – стиль, який, як правило, включає носіння певних резинок для волосся та футболки оверсайз, резинові тапочки Crocs або Birkenstocks, гідрофляжки. VSCO girls майже не носять макіяжу, захоплюються порятунком черепах за допомогою металевої соломки, а також редагуванням своїх фотографій за допомогою програми VSCO. Наприклад:

*I wouldn't call myself a VSCO girl, but I do like scrunchies and oversized t-shirts [77].*

З даного прикладу ми можемо зрозуміти, що дана особа швидше всього не захоплюється редагуванням фото за допомогою VSCO програми та наносить макіяж, однак полюбляє резинки для волосся та футболки більшого розміру, які як правило носять VSCO girls.

3) опис стану та відчуттів людини. Досить часто після прийому алкоголю, наркотичних засобів, а також різноманітних станів стресу:

*stewed* – п'яний;

*ripped, stoned out* – сп'янілий від наркотиків чи алкоголю;

4) гроші:

*ballast, balsam, sugar, dough, cabbage, kale/kail, oof, bread, beans, ends;*

5) транспорт:

*two wheels* – велосипед;

*wheelbar, whip* – автомобіль;

*Mexican limo* – автобус, або інший вид публічного транспорту;

*shotgun* – переднє сидіння в авто. Наприклад: “*Can I sit shotgun?*”

б) одяг:

*icys* – діаманти (від *ice*);

*junk, threads, silks* – одяг;

*jewels* – дуже гарна пара взуття;

*tints, shades* – сонцезахисні окуляри;

*bling* – прикраси, що кидаються в очі. Зазвичай їх носять, щоб справити враження багатства [72].

7) відносини:

*blow off* – ігнорувати;

*down with that* – погоджуватися;

*to dump* – закінчувати стосунки;

*ghosting* – різке припинення будь-яких відносин без попередження і пояснення можливих на те причин;

*to snow* – обманювати;

*to make eyes at* – стріляти очима;

*to curve* – відмовити комусь в романтичному або сексуальному плані;

*vacationship* – стосунки на відстані, коли пара зустрічається лише для екскурсій, схожих на відпустку. Це призводить до уникнення сутичок, які виникають коли бачишся з партнером регулярно.

8) емоції. Наприклад:

*jammed* – засмучений;

*salty* – заздрисний, засмучений, роздратований;

*good vibes* – позитивні відчуття, отримані від людини або місця;

*uptight* – знервований, переляканий [71].

9) спілкування:

*Facebort* – видалитись з Facebook. Дієслово *facebort* складається з частини іменника Facebook та дієслова *abort* (припиняти);

*Finsta (fake Instagram)* – акаунт в Instagram, де зазвичай публікують те, що бояться опублікувати в справжньому акаунті;

*Kevin* – той, що вважає себе занадто крутим, щоб мати акаунт в Facebook;

*lip* – безсоромна, нагла розмова;

*tea* – плітки або «гарячі» новини. Часто використовується як «*What's the tea?*» або «*spill the tea*»;

*ratioed* – вживається для публікацій в соціальних мережах, які отримують більше коментарів, ніж оцінок «подобається» або «поділитися», що часто трапляється, якщо публікація суперечлива [69; 75].

10) навчання:

*ace* – отримати найкращу оцінку;

*cram* – зубрити за ніч до екзамену;

*play hooky* – пропускати заняття.

11) дозвілля:

*BYOB – Bring Your Own Bottle/Beer* – приносьте свій алкогольний напій;

*Fat Sundays* – день (не обов'язково неділя), коли ти просто залишаєшся у кімнаті (зазвичай у піжамах), лежиш в ліжку і відпочиваєш після шаленої нічної вечірки;

*pregame* – відвідувати невелику вечірку перед більшою;

*tea-party* – вечірка [75].

12) студентський гуртожиток, побут:

*RA (resident adviser or resident assistant)* – студент в гуртожитку, що допомагає іншим жителям.

На формування і життєдіяльність студентського сленгу також може впливати студентський колектив, реалії студентського побуту, навчання, навколишнє оточення, спілкування між однолітками з інших навчальних закладів, почуття гумору тощо.

Насамперед, студентський гуртожиток і університет, чи інший навчальний заклад, а також місця дозвілля (кафе, бари, дискотеки тощо) є найбільш поширеною сферою вживання студентського сленгу.

Студентський сленг підтверджує, що мовна структура відображає соціальну багатогранність громадської структури. В ньому відобразились соціальні процеси та соціально-психологічні установки американського суспільства. О. Д. Швейцер вважає, що одиниці студентського сленгу пов'язані з диференціацією американського суспільства на соціальні класи та його соціальною, соціально-груповою, соціально-демографічною, віковою диференціацією, а також відображають американський спосіб життя. Професійні перекладачів, викладачі, люди, які цікавляться англійською мовою та готові до повноцінного сприйняття сучасної, далеко не завжди літературної розмовної мови можуть бути особливо зацікавленими у вивченні сленгу. Одиниці студентського сленгу увібрали в себе не тільки лексику інших соціальних груп, але також є одним із найпотужніших каналів її популяризації та асиміляції в загальному сленгу та окремих випадках розмовної та літературної мови [50, 174].

Студентський сленг є невід'ємною частиною американської культури та одним із способів поповнення словникового запасу американського варіанту літературної мови.

Процеси, які відбуваються в студентському слензі, роблять його природною експериментальною лабораторією для спостереження за мовними змінами у соціальному контексті.

Отже, згідно з результатами нашого дослідження, проведеного на основі вибірки сленгової лексики, а саме студентського сленгу, взятої зі словників сучасного сленгу, можна стверджувати наступне: з перелічених у підрозділі 1.3 восьми сфер спілкування або комунікативних ситуацій, студентському сленгу притаманні всього чотири. Професійна сфера спілкування є найбільшою з них за кількістю віднесених до неї лексичних одиниць. Слідом за нею, йде соціально-побутова сфера спілкування, відповідно до кількості лексики, яка входить до її складу. Наступною є видовищно-

масова сфера, та найменшою кількістю лексики відзначається сімейна сфера спілкування. Необхідно зазначити, що, як вже відмічалось нами у підрозділі 1.3, в деяких випадках одна і та ж лексична конструкція може відноситися до декількох сфер спілкування одночасно. Це саме те явище з яким ми зіткнулись під час проведення нашого дослідження. Певна кількість сленгової лексики характеризувалася властивостями, притаманними одночасно двом сферам спілкування, а саме професійній та соціально-побутовій. Щоб підтвердити вищесказане наведемо декілька прикладів: *brain-dead* - безмозкий, нездатний думати; *clam* – 1) потайна, замкнута людина; 2) долар (*I only made 60 clams a week*); *dodo* – дурень [79]. Отже, хоча в студентському сленгу можуть виникати всі з вищерозглянутих восьми комунікаційних сфер, в межах розглянутих нами прикладів мають місце лише означені чотири. Тому можна стверджувати, що, як правило, більшість лексики студентського сленгу обертається саме навколо зазначених чотирьох.

У даному розділі було детально розглянуто основні способи словотвору та джерела походження студентського американського сленгу. Найбільш поширеним способом словотвору сленгових одиниць є використання дублетів-синонімів, усічення слів, аббревіації та афіксації. На другому місці за частотою вживання знаходяться сленгові вирази, утворенні за допомогою словоскладення та редуплікації. Сленгізми утворені за допомогою конверсії, стягнення та прономіналізації складають відносно меншу кількість. До стилістичних засобів словотвору, які поповнюють сленг належать: полісемія, метафора, метонімія, каламбурна підстановка. До американського студентського сленгу досить часто проникають слова та вирази з різноманітних соціальних діалектів та жаргонів. Джерелом збагачення сленгового запасу також слугують іноземні запозичення, неологізми та okazіоналізми.

У процесі опрацювання дослідження Г. Р. Іванової нами було виявлено, що лексика, яка відображає обов'язки та професійне спрямування студентів є найбільш



стійкою. У той час як лексика, яка стосується побутової сфери студентського життя є найменш стійкою, а також найбільш обумовленою економічно, політично та соціально.

У результаті роботи ми визначили специфіку соціолінгвістичного компоненту студентського сленгу. До особливостей соціолінгвістичного компоненту студентського сленгу слід віднести поділ студентського сленгу на тематичні групи. Найбільш характерними сленгізмами, які функціонують в сучасному студентському слензі є сленгізми наступних тематичних груп: «Фінанси», «Зовнішність і характер», «Гендерні відносини», «Спілкування».

## ВИСНОВКИ

У сучасній англійській мові сленг є активною складовою живої розмовної мови, репрезентує значну частину її словникового запасу, тому що різноманіття суспільних інтересів, оцінка окремих явищ носіями мови, які належать до різних соціальних і професійних груп, знаходить яскраве відображення в сленгу.

У першому розділі кваліфікаційної роботи, на основі аналізу лінгвістичної літератури, були досліджені визначення сленгу, представлені як вітчизняними так і зарубіжними лінгвістами. У мовознавстві і досі існують сумніви щодо визначення терміну «сленг». Складність полягає у критеріях відокремлення сленгу від вульгаризмів, колоквіалізмів, жаргону, кенту та діалектизмів. Більшість сленгових конструкцій відрізняється яскраво вираженим пейоративно-стилістичним забарвленням, що характеризується негативно-зневажливою експресивно-емоційною оціночною конотацією. Проте, нами було встановлено та розкрито сутність поняття «сленг». На сьогоднішній день сленг розглядається як неоднорідний пласт лексики та фразеології, який має яскраво виражений емоційний та експресивний характер і знаходиться за межами літературної норми. Опрацювання цього поняття дозволило вільно оперувати ним в ході магістерської роботи.

Студентський сленг – це лексикон, який живиться соками загальнонаціональної мови, живе на її фонетичному і граматичному ґрунті. Сленг кожної історичної епохи відображає риси свого часу. Потік цієї лексики ніколи не вичерпується.

Студентський сленг відноситься до спеціального сленгу. Студентський сленг є одним з шарів лексики молодіжного сленгу. Значну частину його лексичного складу становлять корпоративні та професійні жаргонізми, які піддаються впливу кенту. Студентському сленгу, як і будь-якій субмові, властива деяка розмитість меж. Говорити про його однорідність неможливо, оскільки його утворення не контролюється, і мовна норма здійснює на нього незначний та непрямий вплив.

Виокремити студентський сленг як замкнуту підсистему та як об'єкт спостереження можна лише умовно.

Історія становлення сленгу як соціолінгвістичного феномену виникла як результат взаємодії певних соціальних груп. На розвиток сленгу впливають такі фактори як фактор часу, території, варіанту мови та соціальні фактори різного роду.

Було встановлено джерела виникнення та причини вживання студентського американського сленгу, а також основні риси сленгових лексичних одиниць в англійській мові. Сленг відіграє важливу роль у житті молоді, її життя сьогодні вже немислиме без сленгу. Розробка новітніх інформаційних і комп'ютерних технологій, поява глобальної мережі Інтернет, музика, арготизми та хобі студентів вплинули на розвиток сленгу.

Студентський сленг являє собою цікавий лінгвістичний феномен, побудування якого обмежено не лише певними віковими рамками, що є очевидним із самої його номінації, але і соціальними, тимчасовими і просторовими межами. Він існує в студентському середовищі – в окремих більш-менш замкнутих референтних групах.

У межах дослідження було розглянуто класифікації студентського сленгу, у тому числі тематичні класифікації, що існують сьогодні у мовознавстві. Найбільш розгорнутою є тематична класифікація В. Л. Скалкіна, який виокремлює наступні загально-побутові теми до яких належить студентський сленг, а саме: соціально-побутова, сімейна, професійно-трудова, соціально-культурна, сфера громадської діяльності, адміністративно-правова, сфера ігор та захоплень, видовищно-масова сфера [39, 63].

Сленг – явище не тільки мовне, але й соціальне, оскільки студентський сленг посилює позитивність «неформального» в суспільстві, але в той же час виражає опозицію загальноприйнятим нормам та положенням як в академічному світі, так і в суспільстві в цілому. Головна мета, якій слугує сленг студентів – підтвердження почуття незалежності, групової солідарності.

Отже, сленг багатofункціональний. Перш за все, він має іронічний ефект – вже за способом словотворення він призначений саме для сленгу. Тому сленг є невід’ємною частиною американської мови. Студентський сленг має потужне емоційно-експресивне забарвлення. Це успішний стилістичний прийом з широким спектром використання. Сленг робить мову коротшою, конкретнішою та виразнішою, а також служить ознакою приналежності до певного соціального середовища. Істотною відмінністю сленгу від жаргону є підвищена емоційність сленгу, тенденція до «лаконічності» в словах, і той факт, що сленг «обслуговує» найвужчу групу людей. Що стосується умов експлуатації, ми виявили, що студенти використовують сленг для позначення різних спеціальностей у своєму повсякденному житті, для називання предметів, пов’язаних із студентським життям, а також для позначення різних будівель та класів. Вони просто використовують сленг в міжособистісних стосунках, у сфері побуту та відпочинку.

Наявність різноманітних класифікацій, які розглядаються в залежності від механізму утворення (шляхом афіксації, скорочень, запозичень тощо), тематики (загальноживана лексика, лексика, яка описує людину тощо), приналежності до певної групи суспільства та вказаних функцій (комунікативна, когнітивна, номінативна, експресивна, ідентифікаційна, функція економії часу) дозволили представити сленг як впорядковану лексико-фразеологічну систему з особливостями функціонування та складними взаємозв’язками.

З урахуванням поставлених завдань у роботі застосовувалися такі методи лінгвістичних досліджень: описовий (такі прийоми як зіставлення, інтерпретація класифікація аналізованого матеріалу, порівняння, спостереження, узагальнення); словотвірний аналіз, який сприяє осмисленню формування структури сленгових одиниць; метод кількісних підрахунків.

Вкрай цікаво вивчати сленг, який найбільш поширений серед молоді, а особливо поміж студентів. Молоді люди більш емоційні, їм важливо мати свою створену мову,

яка буде важко зрозумілою для інших – мати свій власний код для спілкування. Ось чому у сленгу весь час з'являються нові слова, тоді як інші зникають, або продовжують використовуватися лише в дуже вузьких колективах та групах. На сучасному етапі розвитку мов студентський сленг – одне з основних джерел поповнення лексичного складу. Вчені зазначають, що елементи сленгу або швидко зникають, або входять у літературну мову. Основною причиною запозичення слів та словосполучень сленгу і жаргонів у літературну лексику є насамперед необхідність поповнення експресивних засобів. Більшість одиниць сленгу і жаргонів – це літературні одиниці, які здобули специфічні значення, тому в багатьох випадках, запозичення з нелітературних підсистем веде до появи семантичних неологізмів.

Водночас зі змінами в суспільстві змінюється в часі та просторі і сленг. Все, що є прийнятним для певного кола людей, сфер їхніх інтересів, спілкування та родів діяльності може стати джерелом для поповнення сленгу. В сленгу відображається спосіб життя мовного колективу, який його породив, як правило, це носії мови з достатньо високим рівнем освіти, які вдаються до його використання лише в певній мовленнєвій ситуації. Студентському сленгу притаманні такі найбільш розвинені сфери спілкування як видовищно-масова, професійна, сімейна та соціально-побутова. Найрозвинутіші семантичні поля – «Людина» (з диференціацією за статевою приналежністю, родинними відносинами, за фахом, за національністю), «Гроші», «Відносини», «Спілкування», «Дозвілля» (вечірка, музика, випивка, куріння, наркотики). Також сленгізми, які належать до навчання чи роботи студентів.

Слід зазначити, що у ході роботи над темою було відібрано, систематизовано та проаналізовано приблизно 200 прикладів вживання сленгової лексики американських студентів, які відображаються в сучасних словниках сленгу. Дослідження цих сленгових виразів показало, що в американському студентському слензі існує щонайменше три великих тематичних пласти: сленгізми, які відносяться до описання зовнішніх та внутрішніх позитивних та негативних якостей людини, до сфери відносин

та спілкування, а також ті, які стосуються фінансів. Важливим є той факт, що сленгові одиниці, які відносяться до прямих обов'язків студента, тобто навчання, займають всього близько 5% їх лексикону, що майже втричі менше ніж лексика, яка відноситься до тематичних пластів описання людини та відносин.

Спираючись на проведений аналіз сленгової лексики, можна сказати, що третє місце займає група «Фінанси» та «Спілкування». Одиниці, що належать до цих групи становлять 18% та 11% від загальної кількості сленгізмів відповідно. Менш частотними є групи «Одяг» (9%), «Транспорт», «Емоції» та «Дозвілля» кожна з яких складає 7% від загальної кількості сленгових лексичних одиниць. Частотність вживання сленгізмів із тематичної групи «Опис стану та відчуттів людини» становить лише 4%. Наступною за частотністю є група «Студентський побут, гуртожиток». Ця група складає 2% від загальної кількості вибірки.

Такий розподіл сленгізмів пояснюється тим, що студенти у своєму мовленні приділяють більше уваги відносинам та описанню людей, аніж описанню навчання. Вони досить часто спілкуються в соціальних мережах та обговорюють фінансовий аспект студентського життя. При цьому у молодих людей виникає бажання самоствердитися в очах ровесників.

Студентський сленг – динамічне утворення. Такі зміни, як: зміни голосної чи приголосної, чи двох приголосних та двох голосних приймають участь в утворенні сленгізмів. За допомогою таких змін можуть створюватись слова, які за змістом нічого не несуть, але при вигуку мають специфічне емоційне забарвлення тощо. Це все для того, щоб полегшити мову, робити її «живою», мінливою, цікавою та легкою.

Було виявлено основні способи утворення нових одиниць студентського сленгу: афіксальний словотвір, дублети-синоніми, редуплікація, прономіналізація, словоскладення, конверсія. У вживанні коротких слів і скороченні лексичних одиниць, таких як усічення слів, ініціальні скорочення та стягнення проявляється тенденція до спрощення, до економії мовних зусиль.

Найбільш поширеним способом утворення сленгових виразів є афіксація, за допомогою якої було сформовано близько 27% одиниць сленгу розглянутих у нашому дослідженні. Ті лексичні одиниці, які є дублетами нейтральних або розмовних одиниць представляють значну частину одиниць студентського сленгу (близько 17%). Далі слідує спосіб утворення слів за допомогою усічення, який захоплює приблизно 14% проаналізованих сленгізмів, 12% складають одиниці сформовані за допомогою ініціальних скорочень, і лише по 2% сленгових виразів припадає на конверсію та стягнення. Приблизно однакова частина сленгізмів була утворена за допомогою редуплікації (11%), словоскладення (9%) та прономіналізації (6%).

До стилістичних засобів словотвору належать: метафоризація, полісемія, метонімія, каламбурна підстановка.

Формування лексики студентського сленгу відбувається за рахунок тих же джерел і засобів, які властиві мові взагалі. Різниця полягає лише в пропорціях. Одиниці студентського сленгу не тільки увібрали в себе жаргонізми маргінальних груп, але і є одним з найбільш потужних каналів їх популяризації та асиміляції в загальному сленгу та – в окремих випадках – у розмовній лексиці літературної мови. Подальшим таким могутнім джерелом формування лексичного складу сленгу є метафоризація та метонімія. Лексичні одиниці, утворені шляхом метафоричного або метонімічного переосмислення, часто носять гумористичний, евфемістичний характер і, таким чином, затушовують негативну сутність означуваного. За допомогою метафоризації та метонімії утворюється близько 71% сленгових одиниць.

Збагачення сленгового складу відбувається і завдяки різним видам запозичення: іноземні запозичення, запозичення лексичних одиниць з жаргону, запозичення з мови інших верств населення. Запозичення з жаргонів складає 35%, запозичення з мови інших верств населення – 30%, іншомовні запозичення нараховують 16%. Неологізми та okazіоналізми складають 19% вибірки.

Студентський сленг є одним з джерел поповнення лексичного складу мови та одним з елементів культури суспільства. Сленг як найбільш рухомий пласт лексики є невід'ємною частиною національної мови, яка розвивається в різноманітних напрямках та потребує подальшого дослідження для того, щоб розуміти процеси формування та функціонування одиниць не лише в рамках стандартної, але й нестандартної лексики.

Нами було встановлено також, що вивчення і порівняння системи функціональних стилів різних мов свідчить, що сленг, хоч як його називай, – жаргон, арго чи соціолект, – це не шкідливий паразитичний наріст на тілі мови, який «висушує, забруднює і вульгаризує усне мовлення», а органічна, певною мірою необхідна частина мови. Вона дуже цікава для лінгвіста: це та лабораторія, в якій всі властиві природній мові процеси, що розгортаються в студентському сленгу, не стримувані тиском норми, відбуваються в безліч разів швидше, і доступні безпосередньому спостереженню.

Підводячи підсумок, потрібно сказати, що процес постійної зміни і модернізації властивий будь-якій мові, і, якщо достатня кількість людей вважає, що варто використовувати новий варіант вимови і написання слів, мовна норма зазнає змін і стає прийнятною.

Перспектива подальшого дослідження полягає у розгляді інших шарів американського студентського сленгу, наприклад комп'ютерного, оскільки сьогодні бурхливий розвиток специфічної сленгової лексики відзначається саме в сфері розвитку сучасних комп'ютерних технологій.

Отже, у кваліфікаційній роботі було досягнуто мети, сформульованої на початку дослідження. У процесі роботи над дослідженням ми виконали усі заплановані завдання. Узагальнено теоретичні та практичні результати проведеної роботи. Ми вважаємо, що розглянута лінгвістична проблема буде залишатися завжди актуальною, тому що американський студентський сленг постійно збагачується та поновлюється.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. М., 2012. 516 с.
2. Ахманова О. С. Словник лінгвістичних термінів. М.: Радянська енциклопедія, 1966.
3. Балабін В. В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу. К.: Логос, 2002. 313 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
5. Беляєва Т. М., Хомяков В. А. Нестандартная лексика английского языка. Л.: ЛГУ, 1985. 194 с.
6. Березівська Е.М. Молодіжний сленг: формування та функціонування // Питання мовознавства. М.: Наука, 1996. №3. С. 32-41.
7. Борисова-Лукашанець О. Г. Лексичні запозичення та його нормативна оцінка (на матеріалах молодіжного жаргону 60-70 років): М., 1999.
8. Вилюман В. Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке // Вопросы языкознания. 1960. №6. С.137-140.
9. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Сленг> (дата звернення: 30.01.2018).
10. Волошин Ю. Загальний американський сленг: склад, деривація і функція (аспект). Краснодар: КубГУ, 2000.
11. Гальперін І. Р. Про термін «сленг» // Питання мовознавства. М.: Наука, 2004. №6. С. 107-114.
12. Геловани Г. Г., Цветков А. М. Русско-английский разговорник бытовой лексики и сленга. М.: Просвещение, 1991. 45с.
13. Дорда В. О. Статус студентського сленгу та адгерентних груп англомовної ненормативної лексики // Вісник СумДУ. Суми: СумДУ, 2006. №3. С.188-192.

14. Єфремова Т. Ф. Новий словник російської мови. М.: Російська мова, 2000. 425 с.
15. Жирмунский В. М. Национальный язык и социальные диалекты. Л.: Худож. лит., 1936. 215 с.
16. Запесоцкий А. С., Фаин Л. П. Эта непонятная молодежь. М.: Просвещение, 1990. 145с.
17. Иванова Г. Р. Территориальная дифференциация английского университетского сленга: Автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.04. М., 1991. 115 с.
18. Клименко О. Л. Поповнення словникового складу англійської мови з нелітературних підсистем: Автореф. дис. канд. філол. наук. Харків, 2000. 20 с.
19. Коловская Н. А. Особенности функционирования американского студенческого сленга // Ярославский педагогический вестник. – Ярославль: Ярославский гос. пед. ун-тет им. К. Д. Ушинского, 2004. № 2. С.9-12.
20. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу. Харків: Фоліо, 2006. 352 с.
21. Кудрявцев А. Ю., Куропаткин Г. Д. Англо-русский словарь сленга и ненормативной лексики. М.: ООО «Изд-во АСТ», 2006. 384 с.
22. Купріянов Є.В., Гулієва Д.О. К 92 Стилїстика перекладу: навчально-метод. посіб. / Харків: НТУ «ХП», 2018. 130 с.
23. Кухаренко В. А. Практикум з стилїстики англїйської мови (A Book of Practice in Stylistics): Підручник. 2-ге вид., перегл. та пошир. Вінниця: Нова книга, 2000. 160 с.
24. Лапова Е. Б. О молодежном жаргоне// Русский язык. Минск: МГПИИЯ им. М.Тореза, 1990. №10. С.54-59.
25. Левицова С. И. Молодежный сленг как своеобразный способ вербализации бытия // Бытие и язык. Новосибирск: Наука, 2004. №5. С.167-173.
26. Ликов О. Г. Сучасна російська лексикологія. М., 2006. 169 с.

27. Мазурова А. І. Словник сленгу, розповсюдженого серед неформальних молодіжних об'єднань // Психологічні проблеми вивчення неформальних молодіжних об'єднань. М., 2004.
28. Маковский М. М. Языковая сущность современного английского сленга // Ин. яз. в школе. М.: Просвещение, 1962. №4. С.102-113.
29. Мартинюк А. П. Регулятивна функція гендерно-маркованих одиниць мови: Автореф. дис. доктора філол. наук. Київ, 2006. 40 с.
30. Мартос С.А. Молодіжний сленг: комунікативний аспект // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»: Збірник наукових праць. Випуск II. Херсон: Видавництво ХДУ, 2005. С.199-202.
31. Мартос С. А. Структура молодіжного сленгу під кутом зору мови міста // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»: Збірник наукових праць. Випуск III. Херсон: Видавництво ХДУ, 2006. С.170-174.
32. Матюшенко О. Є. Запозичення як один із найпродуктивніших засобів створення одиниць сучасного молодіжного сленгу // Соціальні варіанти мови - II: матеріали Міжнар. наук. конф. Н. Новгород: НДЛУ ім. М.О. Добролюбова, 2003. 387 с.
33. Миролюбов А. А. Майкл Уэст и его методика обучения чтению // Ин. яз. в школе. М.: Просвещение, 2003. №2. С.46-47, 54.
34. Николаева С. Ю. Индивидуализация обучения иностранным языкам. К.: Вища школа, 1987. 140 с.
35. Пассов Е. И. Основы коммуникативной методики обучения иностранному общению. М.: Русский язык, 1989. 215 с.
36. Пиркало С. В. Сленг: ненормативно, але нормально// Урок української. К.: Наук. думка, 2002. №2. С.26-28.
37. Потятинник У. О. Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США): Автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2003. 246 с.

38. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. К.: Фитосоциоцентр, 2002. 336 с.
39. Скалкин В. Л. Основы обучения устной иноязычной речи. М.: Русский язык, 1982. 180 с.
40. Скворцов Л. И. Литературная норма и просторечие. М.: Наука, 1977. 252 с.
41. Скребнев Ю. М. Основы стилистики английского языка. М.: ООО «Изд-во Астрель», 2000. 224 с.
42. Словник-довідник лінгвістичних термінів. М.: Російська енциклопедія, 1985.
43. Словник української мови: в 11 томах. Том 9, 1978. 350 с. URL: <http://sum.in.ua/p/9/350/2> (дата звернення: 09.10.2017).
44. Солганик Г. Я. Про нові аспекти вивчення мови ЗМІ // Вісник моск. ун-та. Сер.10, Журналістика. 2000. № 3.
45. Федорова Л. Л. Современная молодежная речь: норма или антинорма. М.: Просвещение, 2002. 321 с.
46. Хасанова Е. В. Об источниках и способах образования школьного и студенческого сленга (на материале англ. яз.) // Русская и сопоставительная филология. - Казань: Унипресс, 2002. №2. С.59.
47. Хом'яков В. А. Нестандартна лексика в структурі англійської мови національного періоду: Автореф. дис. канд. філол. наук: Л., 1980. 75 с.
48. Хом'яков В. А. Введення у вивчення сленгу – основного компоненту англійського просторіччя. М: ВГПИ, 2009. 153 с.
49. Чеховська В.О. Лінгвістичні основи вчення про терміни: Посібник для філол. спец. вузів. М: Вища школа, 1997. 94 с.
50. Швейцер О. Д. Соціальна диференціація англійської мови в США. М.: Наука, 1983. 213 с.
51. Швейцер О. Д. Американський варіант літературної англійської мови: шляхи формування та сучасний статус // Питання мовознавства. 1995. № 6. 3 с.

52. Шестикрылов П. А. Словарь новейшего американского сленга. М.: ООО «Изд-во Астрель», 2005. 288 с.
53. Шубин Э. П. Языковая коммуникация и обучение иностранным языкам. М.: Высшая школа, 1972. 196 с.
54. Ayto J. The Longman Register of New Words: Longman Group UK Limited. Moscow: Russkii Yazyk, 1990. 314p.
55. Bradley H. Slang // The Encyclopedia Britannica. 13thed. London: The Britannica, Inc., 1926. Vol.25. P.207-210.
56. Dalzell T., Victor T. The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional Language. London: / Ed. by The Taylor & Francis e-Library. 2007. 740 p.
57. Drake G. F. The Social Role of Slang // Language: Social Psychological Perspectives / Ed. By H. Giles. Oxford: Pergamon Press, 1980. P.63-70.
58. Flexner S. B. I hear America talking / An Illustrated treasure of American words and phrases / New York, Van Nostrand, 1976.
59. Flexner S. B. New Dictionary of American Slang / Comp. by R. Chapman. N.Y.: Harper and Row, 1986. 498 p.
60. Fries Ch. Introduction to American College Dictionary. N.Y.: New American Library 1947.
61. Greenough J.B., Kittredge G.L. Words and their Ways in English Speech. N.Y.: The Macmillian, 1929. 318 p.
62. Holms J. An Introduction to Sociolinguistics. N.Y.: Longman, 1997. 412p.
63. Hotten J. K. The slang dictionary or the vulgar words, street phrases and “fast” expressions of high and low society. London, 1969. 364 p.
64. Mencken H. L. The American Language. N.Y.: A.A. Knopf, 1992. 333 p.
65. Partridge E. Slang Today and Yesterday. N.Y.: The Macmillian, 1998. 476 p.
66. Sledd J. On Not Teaching English Usage // English Journal. N.Y.: Random House, 1965. Vol.54. P.698-703.

67. Spears R. A. NTC's Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions. N.Y.: McGraw Hill, 2000. 3rd ed. 560 p.
68. Wentworth H., Flexner S. B. Dictionary of American Slang. 2nd supplemented edition. New York, Crowell, 1975.
69. American Slang Dictionary. URL: <https://grammar.yourdictionary.com/slang/american-slang-dictionary.html> (дата звернення: 03.02.2020).
70. Dave's ESL Café. URL: <https://www.eslcafe.com/resources/slans> (дата звернення: 01.09.2020).
71. Dictionary.com. URL: <https://www.dictionary.com> (дата звернення: 11.10.2020).
72. English Club. URL: <https://www.englishclub.com/ref/Slang/American/> (дата звернення: 17.01.2020).
73. Green's Dictionary of Slang. URL: <https://greensdictofslang.com> (дата звернення: 26.08.2020)
74. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com> (дата звернення: 30.01.2018).
75. Share America. URL: <https://share.america.gov/learn-some-american-college-slang/> (дата звернення: 20.01.2018).
76. Slang.org. URL: <https://www.slang.org> (дата звернення: 13.07.2020).
77. Teen Slang 2020 Glossary. URL: <https://info.axis.org/blog/teen-slang-2020-glossary> (дата звернення: 03.07.2020).
78. The Online Slang Dictionary. URL: <http://www.onlineslangdictionary.com> (дата звернення: 20.05.2020).
79. Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com> (дата звернення: 05.06.2020).