

Національний університет "Острозька академія"
Факультет романо-германських мов
Кафедра англійської філології
на тему

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему:

Аспекти використання англійського та американського сленгу на прикладі
телепередач 2019-2021 років

Виконав: студент II курсу магістерського рівня
спеціальності: 035 Філологія
спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська
_____Овчар Олександр Вікторович_____

(прізвище та ініціали)

Керівник __Крайчинська Галина Вацлавівна__

(прізвище та ініціали)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

Роботу розглянуто і допущено до захисту
на засіданні кафедри англійської філології
протокол №__ від “__” _____ 2022 р.
Зав.кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

м. Острог – 2022 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	7
СЛЕНГ. СТРУКТУРА ТА СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ СЛЕНГУ	
1.1 Поняття сленгу у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі	7
1.2 Структура сленгу	10
1.3 Стилiстичні функції сленгу	12
1.4 Роль телепередач та соціальних мереж в розвитку людства та формуванні сленгу	14
РОЗДІЛ 2	
ВИКОРИСТАННЯ СЛЕНГУ В ТЕЛЕПЕРЕДАЧАХ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ АМЕРИКАНСЬКОГО Й АНГЛІЙСЬКОГО СЛЕНГІВ	23
2.1 Функція сленгу в телепередачах	23
2.2 Використання сленгу в телепередачах	24
2.3 Порівняння американського й англійського сленгів	31
2.4 Особливості молодіжного сленгу у соціальних мережах	
РОЗДІЛ 3	
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ У ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ	40
3.1 Лексичний та структурно-семантичний аспекти функціонування інтернет- сленгу	40
3.2 Лінгвопрагматичні особливості функціонування сленгізмів в англомовному інтернет-дискурсі	59
3.3 Сленг як маркер трансформації особистості в інтернет-мережі	62
ВИСНОВКИ	77

ВСТУП

Соціальна мінливість мови, її використання різними частинами суспільного класу й представниками різних поколінь зумовлює перманентне лінгвістичне дослідження. Незалежно від поціновувачів, сленг, завжди був частиною нашої повсякденної мови. Партрідж (1970:1) “Сленг досить простий у використанні, але про нього дуже важко писати”[10], що зумовлює покращений інтерес у вивченні цієї теми. Окрім того, можна зазначити, що сленг подібний до будь-якої іншої частини мови, що змінюється з часом. Сленг має цілком певний термін придатності і сленг одного покоління досить часто замінюється новим сленгом іншого покоління. Це слугує приводом для більш детального дослідження.

Розуміння іноземної мови, сприйняття її й вірне трактування може виявитись значущою проблемою, не тільки для українців, але для людей які мають спільну мову. Більшість університетів не підготовлюють своїх студентів до британських вулиць, буденного спілкування в пабах, або ж перегляду телевізійних програм, де власне й може вживатися неформальний тип мови, який дещо відрізняється від свого початкового варіанту вживанням сленгу. У цьому неформальному стилі мовлення часто трапляється сленг, яким може бути одне слово, група слів або ж речення. Ця частина мови може складатися як із нещодавно введених слів та виразів, так і з нових розширених значень сталих термінів. Жоден з найпередовіших і гнучких способів викладання в будь-якій країні не може встигнути за швидкістю розвитку англійської мови.

Мова, яка використовувалась в минулому столітті яскраво відрізняється від мови сьогодення. Наше життя знаходиться в безперервному, постійному розвитку, що і сприяє видозміні мови. Саме цьому аспекту

розвитку і вдосконалення мови на тлі нашого різноманітного і нестримного покращення життя і присвячена ця робота.

Актуальність теми спричинена тим, що лексичний склад англійської мови, як і будь-якої іншої мови, містить велику кількість сленгових утворень, що відповідають певним соціальним та професійним групам людей. А також підвищеною зацікавленістю мовознавців до вивчення германських мов, зокрема сленгових одиниць британської та американської англійської мови.

Актуальність цієї теми також зумовлена необхідністю узагальнення багато теоретичного доробку в соціальній діалектології. Початок якої датується першою половиною XIX століття, коли місцеві діалектні словники та діалектні граматики вперше вперше було опубліковано у Західній Європі [8], вивчення даного мовного явища продовжується сучасними діалектологами (наприклад, М. Маковський «Англійська діалектологія. Сучасні англійські територіальні діалекти Великобританії», 2015).

Дослідженням сленгу, а також його проблематикою займалось чимала кількість вчених, як О. Вітю; Л. Шен; Ф. Війона; М. Швоб; Ж. Гійесс; П. Гіро Т. Расторгуєва; Б. Ільш; Ю. Костюченко та ін. Поглиблене вивчення арго започаткував Фр. Мішель, який заклав основи порівняльного вивчення соціальних діалектів, а також сленгу.

Сленг як невичерпне джерело поповнення мови потребує ретельної уваги лінгвістів. Уже сама властивість лексики постійно поновлюватись є цікавою для вивчення цього явища як у теоретичному, так і в практичному планах. Дослідження цих питань дає змогу зрозуміти тенденції розвитку мови взагалі, заглянути в її майбутнє, висвітлити проблему “мова та її середовище”, яка має важливість не тільки для соціальної, але й для “внутрішньої” лінгвістики.

Мета дослідження – охарактеризувати аспекти використання сленгу у телепередачах.

Завдання дослідження:

- розкрити поняття “сленг”
- визначити головні функції сленгу;
- порівняти англійський сленг з американським;
- узагальнити теоретичний доробок вивчення сленгу;
- методом суцільної вибірки визначити сленгові одиниці у телепередачах;
- проаналізувати використання сленгу у телепередачах.

Об’єктом дослідження є аспект використання англійського та американського сленгу.

Предмет дослідження – телепередачі 2019-2020 років.

Методи дослідження – З метою характеризування аспектів використання сленгу в телепередачах в цьому дослідженні використовуються методи, які нададуть змогу не тільки поверхнево, а й ґрунтовно охарактеризувати та дослідити тему й аспекти використання сленгу у телепередачах. А саме:

- метод конкретизації, який допоможе дослідити умови використання сленгу;
- метод аргументації, посилення на авторитет, що надасть змогу висвітлити істину;
- метод порівняння, який є важливим з точки зору лексикології для виявлення спільних рис і відмінностей;
- метод узагальнення, за допомогою якого можна зафіксувати загальні ознаки сленгу.
- метод суцільної вибірки, задля виявлення сленгу в телепередачах.

Матеріали дослідження: американські телепередачі: “Rap City”, “106&Park”, MTV “Sucker Free”, The Tonight Show, American Broadcasting Company (ABC), the Fox Broadcasting Company. Англійські телепередачі: “The Jonathan Ross Show”, “The Graham Norton Show”.

Практичне значення дослідження – оскільки тема малодосліджена одержані результати роботи можна використовувати задля кращого розуміння лінгвістам вжитку сленгу в телепередачах, а також пересічним громадянам.

РОЗДІЛ 1

СЛЕНГ. СТРУКТУРА ТА СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ СЛЕНГУ

1.1 Поняття сленгу у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі

Сленг (slang із норв. sleng - лаятися) – інтержаргонне явище; особливості мовлення чималих верств носіїв мови, пов'язаних не лише груповою, корпоративною спільністю, а й просторовою, наближаючись до просторіччя. Як зазначено в Енциклопедії «Українська мова», «сленгові властиво запозичувати одиниці аргю і жаргону, переосмислюючи та розширюючи їхні значення. За структурою сленг поділяється на загальний і спеціальний (професійний жаргон та мову певних соціальних прошарків). Загальний сленг – відносно стійкий, досить поширений і загальнозрозумілий шар лексики та фразеології в середовищі живого розмовного мовлення...» [2]

Вже не одне десятиліття лінгвісти, психологи, соціологи і культурологи досліджують такий феномен, як сленг. Для багатьох це є спірне питання, оскільки немає точної інформації на рахунок цього. Кожен лінгвіст визначає поняття сленгу в межах того, що йому відомо як лінгвісту.

У науковій літературі чіткого поняття терміна «сленг» немає, оскільки зарубіжні та вітчизняні філологи не можуть прийти до спільної думки щодо його наповнення: одні вважають, що сленг – поняття ідентичне жаргону, інші поділяють сленг на загальний та спеціальний, де останній охоплює професійний діалект, аргю та групові жаргонізми. [9]

Дефініція Л. О. Ставицької якнайточніше розкриває сутність цього лінгвістичного феномена: «Сленг – це практично відкрита мовна підсистема ненормативних, стилістично знижених лексико фразеологічних одиниць, які виконують експресивну, оціночну (зазвичай негативну) та евфемістичну функції». [11]

Цей термін частіше вживається в англійській мові, проте останнім часом він активно використовується і в українській мові. Дослідниками до кінця не з'ясовано, коли слово “slang” вперше з'явилося в англійській усній мові. Мовознавець, фахівець в області сленгу і укладач словника сленгу Ерік Партрідж стверджує, що письмово воно вперше було зафіксоване в XVIII столітті. Тоді воно означало “образа”. Приблизно в 1850 році цей термін став використовуватися ширше, як позначення “незаконної” просторічної лексики. [2] В цей же час з'являються синоніми слова slang: “lingo”, що використовувався переважно в нижчих шарах суспільства.

За думкою Єфімова Л.П. сленг - це нестандартна лексика, яку розуміє та використовує вся нація. Сленг іноді описують як мову субкультур або мову вулиць. Лінгвістично сленг можна розглядати як піддіалект. Він майже не використовується в письмовій формі - за винятком стилістичного ефекту. Люди вдаються до сленгу, оскільки він більш сильний, яскравий і виразний, ніж звичайні загальновживані слова. Жорсткі слова грубі, часто презирливі, оціночні та жартівливі. Вони повністю позбавлені інтелекту, моралі, чесноти, гостинності, сентиментальності та інших людських цінностей. Сленг віддає перевагу коротким словам, особливо односкладним. Вульгарні або нецензурні слова можуть розглядатися як частина жаргону. Найпопулярніші образи сленгу - це їжа, гроші, секс та сексуальний потяг, зовнішність людей та персонажів. Оскільки він не є стандартним, формальним або прийнятним за будь-яких умов, сленг зазвичай вважається вульгарним, неввічливим або хамським. Однак переважна більшість жаргонних слів і виразів не є ні табу, ні вульгарно-зневажливими, ні надзвичайно важливим за значенням звуком чи зображенням. Мальовнича метафора, метонімія, гіпербола та іронія роблять сленгізми гострими для сприйняття. [5]

Зсилаючись на деякі зарубіжні авторитетні джерела можна знайти дефініцію сленгу, як “Informal language that is more common in speech than in writing and is typically restricted to a particular context or group.”, що перекладається як “Неформальна мова, яка частіше зустрічається у мовленні,

ніж у письмі, і, як правило, обмежена певним контекстом або групою.”[12]. Звісно, можна зрозуміти, що на період 2006 року сленг вживався переважно у мовленні, але сьогодні у вік цифрових технологій він все частіше використовується в письмовій формі.

Інтернет словник Merriam-Webster американської компанії дає наступне значення слова “slang” - “ language peculiar to a particular group: argo, jargon”. Переклад: “мова, властива певній групі: арго, жаргон”, що в свою чергу тільки поверхнево описує значення цього слова. [6]

Висказування лауреата нобелівської премії John Galsworthy “Slang is vigorous and apt. Probably most of our vital words were once slang.” (переклад: “Сленг могутній і влучний. Напевно, більшість наших життєво важливих слів колись були жаргонними.”).[5]

Прикладом може слугувати довгий, різноманітний і експресивний ланцюг сленгових синонімів, що позначають "money" є: ackers, cly, tole, pelt, moo, moolah, mopus, oaf, spondtdicks, queer, boot, chuck, hardstulf, lettuce, lolly, bourne, sea-coal, green goods, hay, shoestring, ante, bread, ducats, dumps, swag, bean. blunt, crap, dough, haddock, ochre, rubbish, salad, soap, splosh, sugar, chink, gob, poke, iron, bal-sam, jack, loot, pile, wad, dust, tin, brass, fat, rocks, chips, corn, red, sand, bundle, oil, shells.

Деякі форми сленгу змінюються дуже швидко, з різних причин. Підлітковий сленг швидко змінюється через те, що люди відносяться до категорії підлітків досить короткий періоду часу. Наприклад, на початку 1990-х термін, який використовувався для вираження захопленого схвалення, був “Ace”. Тепер це вважатиметься досить застарілим. Його було замінено на "Sound" - який незабаром буде замінений тим, що сьогоднішня підліткова культура вирішить, що це підходить. “Smashing!” та “Super!” підлітковий сленг оповідань Еніда Блітона 1930-х та 1940-х років зараз використовується для пародій тих періодів та настроїв, з яких вони випливали. Однак по суті, він не відрізняється від сьогоднішніх термінів. Важливою функцією підліткового сленгу є створення ідентичності, відмінної від загального

дорослого світу. З цієї причини підлітки, як правило, не схвалюють батьків або вчителів, які використовують їхні сленгові терміни. Це анулює те, що по суті є груповим «кодом». Таким чином, нові терміни формуються кожні пару років. Цікаво, що основними сленговими елементами є прикметники для крайнього схвалення чи крайнього несхвалення. [5]

1.2 Структура сленгу

Класифікувати сленг можна за різними ознаками. Наприклад, за стилістичними ознаками слова сленгу (жаргону), як було зазначено вище, можна поділити на звичайні, тобто нейтральні, та згрублі (нецензурна лексика). [5]

Жаргон складається з таких різновидів, як:

1) **професійний жаргон** (наприклад, військовий (рос. *слон* – солдат строкової служби, *сверчок* – солдат надстрокової служби, *фанера* – повітряні війська, *траки* – танкові війська, *баллоны* – аеромобільні війська);

2) **арготичний (кримінальний жаргон або арго)**(жаргон декласованих елементів суспільства (рос. *баян* – шприц, *ширяться* – вводити наркотики за допомогою шприца, *ширка* – наркотики, *откинуться* – вийти на волю, відбувши покарання у в'язниці, *перо* – ніж, *гон-стоп* – пограбування, *хаза* – дім, *нарисоваться* – з'явитися, *ксива* – посвідчення);

3) **жаргон певної сфери діяльності**(жаргон філателістів, автолюбителів, картярів, гравців у комп'ютерні ігри тощо);

4) **жаргон соціального статусу**(жаргон бідних\заможних, освічених\неосвічених). Жаргон соціального статусу формується, як правило, на основі інших різновидів жаргонів та визначає представників класового розшарування суспільства;

5) **віковий жаргон**(дитячий, молодіжний (рос. *клевый* – чудовий, *прикол* – щось смішне, жарт, *облажаются* – помилитися, знеславитися).

Інший тип класифікації пропонує підрозділ відповідно до сфери використання на загальний сленг та спеціальний сленг.

Загальний сленг включає в себе слова, які не є специфічними для будь-якої соціальної або професійної групи, в той час як особливий сленг властивий деяким таким групам: сленг для підлітків, університетський сленг, сленг в державних школах, сленг ВВС, футбольний сленг, морський сленг і так далі.

Загальний сленг - це мова, яку носії свідомо використовують, щоб вийти за межі стандартної мови і змінити рівень дискурсу в напрямку неформальності.[6] Це свідчить про намір доповідачів відмовитися від умовностей для полегшення громадського обміну думок і викликання дружелюбності, зменшення надмірної серйозності й уникнення кліше. Загальні жаргонні слова мають широке поширення, оскільки вони не є ні груповими, ні предметними.

Спеціальний сленг - це мова, яку використовують носії, щоб показати свою приналежність до групи і встановити солідарність або близькість з іншими членами групи.

Він часто використовується ораторами для створення власної ідентичності, включаючи такі аспекти, як соціальний статус і географічна приналежність або навіть вік, освіту, рід занять, спосіб життя і особливі інтереси. Він в основному використовується людьми подібного віку й рівня досвіду для зміцнення зв'язків усередині своєї групи однолітків, утримуючи старше покоління на відстані. Він також використовується людьми, що займаються однією і тією ж професією, для підвищення ефективності спілкування; або тими, хто живе в однакових умовах, щоб приховати секретну інформацію від людей, які перебувають при владі. Зрештою, люди,

що розділяють відношення або стиль життя, використовують його для посилення згуртованості своєї соціальної групи.

Спеціальний сленг має тенденцію виникати в субкультурах всередині суспільства. Професійні групи (наприклад, лісоруби, поліція, медичні працівники та фахівці з комп'ютерів) є видатними авторами жаргону і сленгу; інші групи, що створюють сленг, включаючи збройні сили, підлітків, расові меншини, спортивні групи, наркоманів, злочинців і навіть релігійні конфесії. Сленгові вислови часто відображають ставлення та цінності членів групи. Таким чином, вони можуть сприяти формуванню почуття групової ідентичності і можуть передавати слухачеві інформацію про минуле оповідача.[16]

Таким чином можна виділити такі різновиди сленгу як: професійний, аргонічний, жаргон певної діяльності, жаргон соціального статусу, віковий жаргон. А також, загальний сленг й спеціальний.

1.3 Стилiстичнi функцiї сленгу

В англійській мові сленг має яскраво виражений емоційний та експресивний характер. Основна особливість сленгу – це його спільність для всіх соціальних груп носіїв мови. Проте найважливішою властивістю сленгізмів є їхня грубо-цинічна чи груба експресивність, зневажлива і жартівлива образність, іронічне або презирливе забарвлення, що відрізняє їх від синонімічних літературних слів і словосполучень: сленгізм – літературний еквівалент: hit the hay – go to bed; saw bones surgeon – doctor; to get a roasting – to be badly beaten; to go through the roof – to go up suddenly; to moan – to complain.[11]

Сленг має широкий діапазон вживання. Багато людей, а особливо молодь, вживають сленг у своєму мовленні тому, що бажають бути сучасними, стильними. Інші користуються сленгом, як засобом спілкування, який має відтінок відвертості, неформальності, виражає товариськість і

легкість спілкування. Сленгові слова та вирази емоційно забарвлені та часто вживані в переносному значенні. Сленг – це частина лексики, яка надто швидко змінюється за значенням. Якщо слово або вираз втрачає новизну, його змінює новий сленг. Це альтернативна лексика. Сленг не може існувати в минулому, він постійно оновлюється. Його життя коротке і має сумнівну репутацію. Він або осідає в мові, або ж його забувають. Проте у сленгу багаті ресурси. Американський сленг традиційно вбирає будь-яке яскраве слово, яке потрапило до нього: You so Obama – This slang phrase is in reference to U.S. President Barack Obama. To be “so Obama” means that you are very cool and intelligent/ Ця сленгова фраза посилається на президента США Барака Обаму. Бути «таким Обамою» означає, бути дуже гарним і розумним.. Приклад: She just got accepted to Harvard University. She’s so Obama/ Її прийняли до Гарвардського університету. Вона така Обама.[7]

Сленг охоплює майже всі сфери життя, описує майже всі ситуації, крім нудних, тому що сленгове слово народжується як результат емоційного ставлення мовця до предмета розмови. Сленг – це постійне словотворення, в основі якого є принцип мовної гри. Нерідко саме комічний, ігровий ефект головний у сленговому тексті. Мовцю важливо не тільки “що сказати”, але й “як сказати”, щоб бути цікавим оповідачем.

Отже, останніми десятиліттями сленг відіграє особливо важливу роль у збагаченні лексики стандартної англійської мови. Сленг – це конотативно забарвлена лексика та фразеологія, яка вийшла за межі певних соціальних груп, має загальномовний характер, широко вживається в розмовній мові, проте її не вважають “стандартною”, літературною.

Сленг найчастіше залежить від соціального статусу людей, що його використовують, їхньої національності, професії, хобі. Однак він завжди вирізняється більшою експресивністю і точністю, ніж загальноновживана лексика. Характерним для сленгу є метафоричність та перевага репрезентативної функції над комунікативною.

Сленг з його надзвичайним семантичним багатством, різною розмаїтістю асоціацій є ефективним засобом прояву людиною своєї індивідуальності, передачі своїх думок і почуттів у найрізноманітніших ситуаціях. Найголовніша вимога до новоутворених сленгових одиниць полягає в тому, щоб вони мали звучну вимову та експресивну забарвленість, адже саме це є основною гарантією того, що такі сленгізми “приживуться” у певному комунікативному середовищі. [3]

Незважаючи на те, яким способом утворене сленгове слово, чи все правильно з граматичного або фонетичного поглядів, для нього завжди характерне особливе співвідношення матеріального значення й емоційного забарвлення, тобто більша питома вага емоційного забарвлення.

Отже, сленг в англійській мові використовується для передачі експерсії, емоційного стану, іронічного або презирливого забарвлення. Важливо зазначити що сленг використовується у всіх ситуаціях за виключенням нудних, адже сленг з'являється в результаті емоційного ставлення мовця до предмета розмов.

1.4. Роль телепередач та соціальних мереж у розвитку та формуванні сленгу

За останнє десятиліття з'явилась та зросла популярність різноманітних платформ соціальних мереж. Вони значною мірою змінили традиційний стиль міжособистісного спілкування і стали важливою частиною повсякденного життя людей. Соціальні медіа можна описати як набір онлайн-платформ, які передбачають обмін та співпрацю з онлайн-спільнотами за допомогою публікацій, коментарів та взаємодії. Найбільш часто використовуваними платформами соціальних мереж сьогодні є Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn і Snapchat. У результаті різні соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram і Wechat, швидко розвиваються по всьому світу. Наприклад, згідно зі статистичними даними Facebook (найпопулярнішої соціальної мережі у світі), станом на другий квартал 2020 року 2 користувачі увійшли у Facebook за останні 30 днів,

порівняно зі 100 мільйонами людей у 2008 році. 701 мільярд людей. (Statista, 2020).

Поширеність платформ соціальних мереж вплинула не лише на наше особисте життя, а й на спілкування в організаціях. У літературі є багато досліджень, які зосереджуються на прийнятті та використанні соціальних медіа як засобу внутрішньої чи зовнішньої комунікації. Зокрема, досліджувалися питання про те, чому та як соціальні мережі використовуються як ефективні канали комунікації. Переваги використання соціальних мереж як організаційного каналу комунікації очевидні. По-перше, все більше і більше компаній створюють офіційні облікові записи в Twitter, Facebook або Instagram, впроваджуючи соціальні мережі у свої корпоративні комунікації, щоб створити міцніші стосунки між сторонніми особами (такими як споживачі та шукачі роботи) та організаціями.

Вважається, що це може забезпечують більш динамічну взаємодію Тому платформи соціальних мереж можуть бути корисними маркетинговими інструментами для бізнесу. Сьогодні соціальними мережами користуються близько 3 мільярдів людей. Іншими словами, 40% людей у світі використовують соціальні мережі для спілкування. Не дивно, що таке масове використання соціальних мереж впливає на спілкування. Сьогодні важко переоцінити роль Інтернету в організації потоків інформації різного роду та в організації спілкування. Це один із аспектів, який неминуче супроводжує перебіг цих потоків. Зрештою, спілкування — це те, як люди взаємодіють один з одним, і з появою Всесвітньої павутини це спілкування вийшло за межі одного дому, міста чи навіть однієї країни. Безсумнівно, протягом багатьох років існували інші способи передачі інформації на відстань (пошта, телефон, телеграма тощо), але незручності, з якими часто стикаються учасники таких комунікацій, призвели до того, що багато з них змушені входити до тих, хто вже спілкування.

Оцінивши переваги нового світу цифрових технологій, особливо Інтернету, стає зрозуміло, що усі форми Інтернет-комунікації мають кілька функцій, пов'язаних із посередництвом комп'ютерів. 1. Анонімність – незважаючи на те, що іноді можна отримати інформацію типу анкет і навіть фотографії віртуальних співрозмовників, цього недостатньо для реального, більш-менш адекватного розпізнавання особи. або представлені під час спілкування. Внаслідок такої анонімності та безкарності з'явилася ще одна особливість Інтернету, яка пов'язана зі зниженням психологічних та соціальних ризиків у процесі спілкування. 2. Люди в мережі можуть демонструвати більшу свободу вираження думок і поведінки (навіть образи, нецензурна лайка і навіть сексуальні домагання) з мінімальним ризиком викриття або особистої негативної оцінки з боку інших. Особливості процесів міжособистісного розпізнавання за відсутності невербальної інформації - як правило, сильний вплив на сприйняття. Співрозмовник. 3. Добровільність і бажаність контактів - користувачі Інтернету добровільно встановлюють і залишають будь-які контакти. Ви також можете перервати їх у будь-який час. 4. Ускладненість емоційної складової спілкування і, разом з тим, створення спеціальних іконок для позначення емоцій або описів емоцій (message body). 5. Прагнення до нетипової та ненормативної поведінки – користувачі Інтернету часто представляють себе з різних аспектів реального соціального нормативного контексту та грають невизнані ролі у позамережевій діяльності, розігрують сценарії ненормативної поведінки.

Можна зробити висновок, що анонімність спілкування тягне за собою низку наслідків щодо розглянутих ознак. Таким чином, невербальні засоби спілкування втрачають своє значення при спілкуванні через Інтернет. Незважаючи на те, що в текстовому спілкуванні є можливість виразити свої почуття за допомогою «смайлів», фізична відсутність учасників комунікації в акті спілкування може не тільки виражати емоції, але й приховувати їх, що призводить до того, що ви можете так само, як людина може виражати

емоції, яких вона в даний момент не відчуває. В Інтернеті багато комунікаційних бар'єрів втрачають сенс через відсутність фізичного представлення партнерів по спілкуванню. Втрачається сенс через фізичні характеристики партнера по спілкуванню, такі як: стать, вік, соціальний статус, зовнішня привабливість, комунікативна компетентність. Іншим важливим наслідком фізичної нерепрезентації людини в текстовій комунікації є здатність створити про себе враження на свій вибір. Ми часто створюємо так звані «віртуальні особистості», які виражають себе таким чином, що Віртуальній особистості присвоюється ім'я.

Часто псевдонім (його ще називають «прізвисько»). Існує точка зору, що конструювання віртуальних особистостей в Інтернеті є відображенням змін у структурах людської ідентичності та відображенням соціальних змін. Якщо людина повністю усвідомлює всі аспекти свого «Я» в реальному спілкуванні, швидше за все, у неї немає мотивації будувати віртуальну особистість, а спілкування в Інтернеті є основною формою спілкування, доповненням до форми. Але віртуальне спілкування може мати і компенсаційний альтернативний характер. Це відбувається у випадках формування інтернет-залежності. Поведінково ця залежність проявляється в тому, що люди настільки люблять жити в Інтернеті, що фактично починають відмовлятися від реального життя, проводячи до 18 годин на добу у віртуальній реальності.

Інтернет-залежні люди отримують різні форми соціального визнання в Інтернеті. Їх залежність може свідчити про те, що вони не отримують соціального визнання в реальному житті, і цілком можливо, що в реальному житті ця група людей може мати особливі труднощі в спілкуванні, і насправді може бути менш задоволена своїм спілкуванням. / Як і будь-яке співтовариство, культура спілкування в Інтернеті має свій набір цінностей, стандартів мови та символів, до яких адаптуються окремі користувачі. Приєднуючись до таких груп, людина отримує можливість підтримувати позитивний імідж «я» за рахунок позитивної соціальної ідентичності. Я б

сказав, що основні причини направлення: - Недостатня насиченість спілкування реальними контактами - в таких випадках користувачі швидко втрачають інтерес до Інтернет-спілкування, коли нові можливості, здавалося б, відповідають їхнім відповідним потребам в реальності. Можливість реалізувати свої якості особистості, зіграти роль, пережити емоції і з якихось причин розчаруватися в реальному житті - така можливість зумовлена властивостями спілкування за допомогою мереж - анонімність, нестрогість, нормативність, оригінальність процесу сприйняття людини людиною. Бажання пережити певні емоції також пояснюється бажанням емоційно наповнити текст.

На даний момент електронна пошта, всілякі форуми, організовані в мережевому просторі, численні Інтернет (журнали та газети) і сам Інтернет дійсно стали більш важливими аспектами повсякденного життя, ніж телебачення. Отже, що таке Інтернет? Сьогодні Інтернет – це глобальна комп'ютерна мережа, яка охоплює майже весь світ. Інтернет має приблизно 15 мільйонів абонентів у понад 150 країнах світу, а розмір мережі зростає на 7-10% щомісяця. Мережа Інтернет, так би мовити, формує ядро для з'єднання різних інформаційних мереж, що належать різним установам по всьому світу. Якщо раніше Всесвітня павутина використовувалася лише як середовище для передачі файлів і повідомлень електронної пошти, то сьогодні вона використовується для вирішення більш складного завдання розподіленого доступу до ресурсів Інтернету.

Спочатку Інтернет використовувався для дослідницьких і освітніх цілей, але стає все більш популярним у світі звичайного спілкування. Спілкування за допомогою Інтернету особливо важливе для людей, чиє реальне життя з тих чи інших причин неповноцінне міжособистісне спілкування. Такі люди використовують Інтернет як заміник звичного (реального) середовища. До речі, близько половини користувачів Інтернету виходять в Інтернет для розширення кола спілкування. Тому що спілкування через комп'ютер

створює ілюзію соціальних стосунків, які не потребують дружби. Тому Інтернет відіграє величезну роль в організації такого спілкування. Спілкування через Інтернет не обов'язково відбувається лише в межах однієї країни.

Оскільки Інтернет — це всесвітня мережа, люди з різних країн можуть спілкуватися за допомогою неї. Так, наприклад, якщо людина, яка народилася і виросла в Італії, на достатньому рівні володіє англійською мовою, то він/вона може спілкуватися не тільки з італійськомовними людьми, які проживають на території нашої країни, але і з англомовними людьми, які можуть перебувати на іншому кутку його країни.

Мережеве спілкування має багато переваг порівняно з традиційними методами особистого спілкування, і це - велика частина залучення людей до Інтернету. Таким чином, глобальна мережа Інтернет, яка охоплює практично кожен цивілізований куточок нашої планети, є потужним засобом міжкультурної комунікації, примирення народів, їх національної та міжнаціональної самосвідомості, та сприяє її зростанню. На комунікацію впливають особисті вираження, очікування інших і способи, якими компанії спілкуються зі своїми клієнтами.

Соціальні мережі також мають і негативний вплив на спілкування. Нам стає нудно, коли ми ведемо справжні особисті розмови. Людям відчайдушно потрібні соціальні мережі та миттєвий барвистий зворотний зв'язок, який можуть надати лише соціальні мережі. Ми часто втомлюємося від реальних розмов і покладаємось на телефон. Це може знизити якість і кількість змістовних розмов. Індивідуальні реакції на невербальні, емоційні чи соціальні сигнали відрізняються. Тому що людям не потрібно реагувати на такі повідомлення, коли вони онлайн. Як наслідок, ми маємо менше досвіду й усвідомлення потреб інших людей на основі таких підказок, які можна отримати лише віч-на-віч.

Від текстових повідомлень з обмеженою кількістю символів у 2000-х роках до сучасних твітів із 140 символів, повідомлення стають коротшими та лаконічнішими. Інші сфери спілкування також адаптувалися до написання резюме. Наприклад, скорочені робочі конспекти, скорочене академічне спілкування студентів і викладачів, скорочені повідомлення в рекламі тощо. Іншим фактором є скорочений стиль спілкування, який став популярним, коли почали надсилати текстові повідомлення в 2000-х роках і перенесли його в онлайн-розмови. Він також знаходить свій шлях до традиційних, нескорочених форм спілкування, таких як усне слово, спілкування електронною поштою та навіть академічне письмо.

Це викликало занепокоєння серед деяких вчених, посиляючись на дослідження, які показують причинно-наслідковий зв'язок між «текстами» та несприятливим впливом на навички грамотності, такі як навички письма та точність читання. Виявилося, що використання «textese» не впливає на орфографію чи правильну граматику. Соціальні мережі та спілкування в Інтернеті створюють завісу між відправниками та одержувачами повідомлень.

Ці взаємодії більше не відбуваються віч-на-віч і можуть призвести до нефільтрованих розмов, оскільки люди відчують, що ніщо, що вони говорять, не має жодного впливу. Використання емодзі для ілюстрації письмового повідомлення чи використання GIF-файлів для вираження відповіді може здатися веселим і невинним, але це також заважає правильно скласти письмову відповідь. Зрештою, привабливіше відповісти невеликим малюнком чи кумедним рухомим зображенням провести мозковий штурм усної відповіді з нуля. Однак бувають і вірусні повідомлення.

Ця швидка та проста кнопка «поділитися» на багатьох платформах соціальних мереж породила феномен під назвою «вірусність». Повідомленнями, відео та іншим вмістом можна легко поділитися між платформами з мільйонами людей за лічені секунди. Що стосується бізнесу,

то завдяки соцмережам відбувається розбудова спільноти. Соціальні мережі дозволяють брендам створювати цілі спільноти навколо своїх продуктів і послуг. Використання певних брендів може бути невід'ємною частиною певного способу життя, і соціальні мережі увічнюють цю ідею. Скористайтесь перевагами відповідних спільнот або створіть власну спільноту брендів (наприклад, Disney). Створюючи, компанії створюють своїх найлояльніших клієнтів. Бренди звертаються безпосередньо до своєї аудиторії.

Підприємствам більше не потрібно охоплювати споживачів через засоби масової інформації, такі як телевізійні станції, журнали та газети. Тепер бренди мають прямий доступ до своїх клієнтів через соціальні мережі. Тепер ми можемо набагато швидше зрозуміти потреби клієнтів і відповідним чином реагувати. Соціальні медіа змінюють традиційні медіа. Традиційні медіа дозволяють брендам охоплювати аудиторію, просто публікуючи статті. Завдяки соціальним медіа та тому, як інформація доходить до споживачів сьогодні, важливо, хто публікує та пише про продукти. Впливові особи Youtube, блогери та знаменитості можуть значно вплинути на успіх вашого продукту на ринку. Бренди можуть мати більш особистий зв'язок із ЗМІ.

За допомогою соціальних медіа бренди можуть мати більш особисті та довгострокові зв'язки з журналістами. Замість одноразових телефонних дзвінків чи електронних листів, щоб дізнатися про історію чи нові продукти, бренди можуть налагоджувати стосунки з журналістами та мотивувати їх ділитися своїми історіями. Ви матимете можливість координувати свою PR-діяльність. Бренди можуть створювати значущі PR-кампанії через соціальні мережі. Соціальні медіа дозволяють компаніям легко знаходити впливових людей, з якими можна співпрацювати, інших брендів, з якими можна співпрацювати, і джерел новин, щоб поширювати свої історії. Пряме спілкування: американський стиль спілкування дуже прямий і

функціональний. Люди зазвичай говорять чесно, чітко і ясно, щоб зрозуміти суть.

Щоб бути ввічливим і уникати образ, критика може бути розпливчастою, але американські наміри та значення зазвичай ясні та очевидні завдяки точному підбору слів. Крім того, деякі іноземці можуть здатися дуже зухвалими та відвертими, хоча це просто спосіб забезпечити чітке спілкування. Невелика розмова: американське спілкування настільки функціональне, що люди, як правило, витрачають менше часу на розминку під невелику розмову. Не вважається неввічливим поспішати на зустріч чи розмову. Американці зазвичай сприйнятливі до пустих балачок, коли помічають, що колега хоче поговорити легковажно. Проте навряд чи вони її ініціюють.

РОЗДІЛ 2

ФУНКЦІЯ СЛЕНГУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В ТЕЛЕПЕРЕДАЧАХ. ПОРІВНЯННЯ АМЕРИКАНСЬКОГО Й БТИРАНСЬКОГО СЛЕНГІВ

2.1 Функція сленгу в телепередачах

Використання сленгу в телеефірі зумовлене передачею емоційного характеру мовця, що забезпечує своєрідні психологічні умови для кращого сприйняття інформації молоді. Можна спостерігати позитивні а також негативні оцінки певним ситуаціям з використанням сленгу в телепередачах “ace”, “crackin”, “like whoa”, “horribad” змінюються залежно від інтонації мовця. Наприклад: “a hundo p chance of success” (WTOL11 TPS Testing). Hundo – від слова “hundred” (переклад: сто), p – від слова “percent” (переклад: відсоток). Цей випуск новин був ціленаправлений на підліткову аудиторію, яка в той момент складала іспити. Крім того, в цьому випуску новин було використано фразу “...get that Gucci breakfast”. Gucci – універсальний жаргонний термін заснований на люксовому бренді, що означає “хороший”, “чудовий”. Спочатку використовувався на вулицях, але тепер популяризується масами. [8]

Провина всьому – формат, а формат – розважальний. Якщо зануритись глибше, то згадаймо про рейтинги, за які борються всі сучасні телеканали, адже для них найголовніше – увага аудиторії. Важливими є і симпатії глядачів, сформовані телекомпанією. Телеканал – комерційне підприємство, котре приймає умови, продиктовані ринком. Прикладом цього може слугувати вийшов в ефір в США 1 серпня 1981 телеканал MTV, бренд якого використовують багато телекомпаній цієї мережі в різних країнах світу. Слоган телекомпанії звучить так: MTV — це не просто музичний канал, а стиль життя молоді багатьох країн. Щодо стилю, то його головною

характеристикою являється швидкий темп, епатаж, неологізми в мові. Мова поп-культури та субкультури не може бути офіційною та літературною, навпаки вона немає ніякого відношення до загальноприйнятих норм. розважальне телебачення, орієнтуючись на маси та молодого глядача, віщує зрозумілою, а інколи вуличною, говіркою. Жодна молодіжна і просто розважальна телепередача не обходиться без уживання сленгового лексикону. Сленг у мові розважального ТБ займає провідне положення та виконує ряд “впливових” функцій. Основною з яких є чітке донесення інформації, без використання складної термінології, що в свою чергу може якнайдовше затримати глядача навпроти екрана.

Розглянувши один з випусків новин, варто зазначити, що використання сленгу в ньому було ціленаправлено на підліткову аудиторію. Окрім того, не варто забувати про рейтинги, які важливі для всіх сучасних телеканалів, адже для них найголовніше – увага аудиторії. Саме її можна привернути за допомогою сленгу, що є чітким донесенням інформації без використання надскладних термінів.

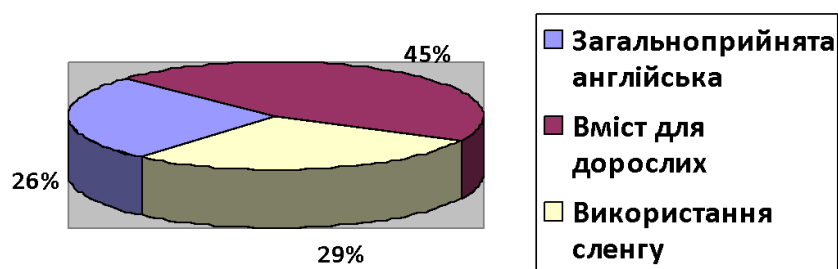
2.2 Використання сленгу в телепередачах

Телепередачі, в мовну політику яких входить використання в публікаціях молодіжного сленгу, можна умовно поділити на дві основні групи: «розмовляють на сленгу» і «використовують сленг як експресивний засіб». Детальніше розглянемо обидва типи.

Перший тип: “розмовляють на сленгу”. Найяскравішим представником цього типу є «America's Secret Slang». Де можна дізнатися про використання сленгу й зрозуміти значення слів “щоденного вжитку” американської молоді. Подібні телепередачі ставлять перед собою мету спілкуватися з аудиторією на її мові (зрозумілій, як вони його собі уявляють). При цьому автори намагаються навіть розповсюдити використання жаргону. Використовуючи: суперечливість мови, «кострубатих» фраз, велику кількість, в тому числі і

новомодних, вставних слів («Guess what»), оціночних конструкцій («suck», «uber cool»), вигуків, типу «y'all», «Wau» («wow»), «blah blah blah» і т.п.

У цих телевізійних шоу відсоток сленгізмів у використанні досить високий. У деяких випадках (наприклад, американського телевізійного каналу MTV music box) він може досягти високих значень. Розглянемо дані, опубліковані у “The Rap on Rap” звіті у квітні 2008 року. В якому The Parents Television Council разом з Enough is Enough Campaign проаналізували загальний вміст використання сленгу, а також жаргону пов’язаного з людською анатомією протягом трьох тижнів.[4] Виявилось, що в американських телепередачах “Rap City”, “106&Park”, телепередачі на MTV “Sucker Free” 45% вмісту для дорослих, а також 29% використання сленгу.



Що зображує чітку інформацію, яка несе суто розважальний характер. В середньому на телебаченні ця цифра дорівнює приблизно восьми відсоткам за рахунок того, що запрошені знаменитості, які висвітлюють певні теми в залежності від типу програми, зазвичай уникають дотримання стилістики телевізійних програм. На сленгізми, що виникли від наркоманських жаргонізмів, припадає менше одного відсотка ефірного тексту.

Ті, що говорять на сленгу в своїх ефірах стилістично і за духом близькі американському молодіжному каналу MTV. Це помітно по темах, які в них висвітлюються, по кумирам, яких журналісти подають глядачам. Це дало навіть поштовх для деяких редакцій газет, тому ми можемо спостерігати, що практично щотижня знаходиться місце для повідомлень телеведучих розважальних каналів або для інтерв'ю з ними на деяких шпальтах газет.

Другий тип: «використовують сленг як експресивний засіб». До телепередач другого типу належить більшість ЗМІ, такі як: American Broadcasting Company (ABC) і the Fox Broadcasting Company (Fox). Назва групи відображає її сутність. Працівники цих шоу використовують сленгізми і жаргонізми нечасто, як засоби виразності. Загальна стилістика телевізійних текстів - нейтральна; частка сленгізмів невисока: вона становить не більше одного відсотка за один ефір і досягає максимум трьох відсотків в окремих випадках. У цих телепередачах використовуються переважно ті сленгізми, які близькі до просторіччя і не мають відтінку несподіванки і новизни. Серед запозичених з жаргону наркоманів це такі слова, як «fun», «to get high». Що нині являються зрозумілими для більшості англомовного населення.

В ефірах токшоу не потрапляє жодного випуску з відсутністю сленгу. Приклад цього може слугувати американського ток шоу на каналі NBC під назвою The Tonight Show, яке вийшло на екран в 1954 році. Одне з найдовготриваліших телевізійних розважальних програм США, що продовжує виходити на екран, а також третьою за терміном існування передачею NBC. У випуску 13 березня 2020 року під назвою “Mandy Moore Forgives Her "Candy" Cassingle Past” є чітке зображення використання американського сленгу. А саме такі слова:

1. Gonna – a way of saying or writing ‘going to’ in informal speech, when it refers to the future/Один із способів вираження намірів на майбутнє за ненормальних умов. Скорочена версія “Going to”, що перекладі означає «збиратися».

2. Yeah – exclamation of the word “yes”/Вигук слова «yes», що в перекладі означає «так».
3. Gig – a performance by a musician or a group of musicians playing modern popular music or jazz, or a performance by a comedian/виступ музиканта або групи музикантів, які грають сучасну популярну музику або джаз, або виступ коміка. Відноситься до спеціальних сленгів, що в перекладі означає «живий музичний виступ».
4. Google something – to put a word or words into the Google™ search engine in order to search for information on the Internet/ввести слово або слова в пошукову систему Google™ для пошуку інформації в Інтернеті, що в перекладі означає «шукати щось».
5. TV pilots – a television programme that is made in order to test whether people like it and would watch it/ телевізійна програма, яка створена для того, щоб перевірити, чи подобається вона людям і чи будуть її дивитись, що в перекладі на українську може звучати як «пілотна серія».
6. Get the thing - в перекладі зрозуміти щось.

Розглянемо, ще один епізод з цієї ж програми. В якому звична глядачеві студія була змінена по причині карантину на більш домашній формат. Назва: Beastie Boys' Adrock Kicked Off LL Cool J's Career. Одразу ж можемо помітити використання сленгу:

1. Oh, my gosh! !/ Omigosh – used to show that you are shocked or cannot believe something/ використовується, щоб показати, відтворити шок та здивування. Видозмінена фраза, яка має свій літературний варіант “oh my god”, що в перекладі означає «Боже мій!».
2. What's up? - something along the lines of "What's going on"/щось на зразок запитання «Як справи» як найпопулярнішу форму випадкового привітання, що в перекладі на українську може означати «Як ти?».

3. I miss you, man/I miss you, dude – a friendly way of saying to your friend or fellow that you miss him/дружний спосіб повідомити свого приятеля, що ти за ним сумуєш, що в перекладі означає: я сумував за тобою, чувак. Використовується як звертання, широко розповсюджене на теренах США, а також Великобританії, дружня форма звертання.
4. Yeah, yeah- пішло від слова “yes”. В перекладі означає так
5. 'cause a shortened form of the word “because”/скорочений варіант слова “because”, що в перекладі означає «тому що».
6. Dude, you go way.... – a man, mostly used in American English/чоловік, переважно це слово вживається в американській англійській мові, що в перекладі означатиме: Чувак, ти йдеш шляхом.... Являється синонімом до слова “man”.
7. Blah, blah, blah. – used when you do not need to complete what you are saying because it is boring or because the person you are talking to already knows it/ використовується тоді, коли вам не потрібно виконувати те, що ви говорите, тому що це нудно або тому, що людина, з якою ви спілкуєтесь, вже це знає, що в перекладі на українську є «бла-бла-бла». Також використовується англomовними мовцями для показу мови, яка немає важливого змісту.

Також прикладом телевізійного шоу, яке використовує сленг може являтися англійське комедійне токшоу The Jonathan Ross Show. Вперше він був показаний в ефірі ITV 3 вересня 2011 року. В епізоді 5 го лютого 2020 року під назвою Amy Schumer’s Bankrupt Birthday Celebration зображується використання англійського сленгу. А саме такі слова:

1. Fag – British English informal a cigarette/що в перекладі означає «сигаретка».
2. Mate – a friend/used as a friendly way to address a man/дружній спосіб звернутися до товариша, що в перекладі звучатиме як «бро».

3. TY– thank you, interjection/скорочення від слова “ thanks”, що в перекладі означає «дякую».
4. Yeah – exclamation of the word “yes”/Вигук слова «yes», що в перекладі означає «еге ж».
5. Hard — людина, яка зазвичай після декількох бокалів еля є провокатором бійки. Переклад: забіяка.
6. Leg it – to run in order to escape from someone or something/бігти задля того, аби втекти від когось або чогось, що в перекладі звучить як «звалювати»
7. Dosh – money/гроші, що як український сленговий аналог звучатиме як «лаве».

Англійське комічне телевізійне шоу під назвою The Graham Norton Show трансляції якого ведуться на телеканалі BBC з жовтня 2009 року може слугувати також прикладом використання жаргону, або ж сленгу в телеефірах.

1. Meal member of the opposite sex looks good enough to eat/член протилежної статі, який виглядає неймовірно привабливо. Українським відповідником може слугувати словосполучення «гаряча штучка».
2. Dumbarse - Standard British slang meaning someone who is dumb, stupid, annoying, similar to the dumbarse, American dumbass/Стандартний англійський сленг, що означає когось тупого, дурного, дратівливого. Українським відповідником може бути слово «кретин».
3. Props- used when you want to say publicly that someone has done something good/використовується, коли ви хочете сказати публічно, що хтось зробив щось добре. Походить від "proper recognition" або "proper respect" - належне визнання або повага. Українським відповідником є слово «респект».

4. Blatant- something bad that is blatant is very clear and easy to see, but the person responsible for it does not seem embarrassed or ashamed/щось погане, що є нахабним, дуже зрозуміло і легко помітити, але людина, відповідальна за це, не відчуває себе осоромленою. Щось явне, очевидне або навіть вульгарне. Українським відповідником є слово «нахабний».
5. Piece of cake - to be very easy/бути дуже легким. Дослівно звучить як «Шматок торта (пирога)». Тут йдеться про справу, яка видається тому, хто про неї говорить легко виконуваною - як з'їсти шматок торта (пирога) Українським відповідником може бути «на раз, два» або ж «як раз плюнути»
6. Nice one- used when someone has just said or done something clever, amusing, or helpful/ використовується, коли хтось щойно сказав чи зробив щось розумне, кумедне чи корисне або, коли хтось робить щось особливо вражаюче. Українським відповідником слугує слово «крутяк».
7. In a strop - annoyed about something/роздратований чимось. І ще один вислів англійського сленгу. Якщо хтось не в дусі, можна сказати, що він “gets in a strop so easily” Українським відповідником є слово «казитися» або «біситися».

Отже, в даному підрозділі зазначено два основних типи використання сленгу в телепередачах, а саме ті, які “розмовляють на сленгу” та «використовують сленг як експресивний засіб». Найяскравішим представником першого зазначеного типу є «America's Secret Slang». За допомогою якого можна дізнатися про використання сленгу й зрозуміти значення слів “щоденного вжитку” американської молоді. Представниками другого типу є більшість ЗМІ а також ток шоу, такі як: American Broadcasting Company (ABC) і the Fox Broadcasting Company (Fox), The Tonight Show, The Jonathan Ross Show, The Graham Norton Show .

2.3 Порівняння американського й англійського сленгів

Коли ви вивчаєте англійську як іноземну, важливо зрозуміти відмінності між англійською та американською англійською мовами, а також їх сленгу. Як засіб спілкування серед англійців і американців сленг грає досить помітну роль. Справа в тому, що на перше місце тут ставиться культура мови і її стилістика, а без сленгу тут не обійтися. Сленг дозволяє відчувати відтінки і відмінності між різними діалектами всередині однієї мови. Найбільш очевидні відмінності між англійською та американською англійською мовами полягають у лексиці. Нерозуміння можуть виникнути, коли одне і те ж слово має різні значення у двох різновидах.

Англійський сленг постійно змінюється, і є деякі цікаві відмінності між англійським та американським використанням сленгу. Багато британців використовують «cool» терміни, які вони вибирають із американських фільмів, рекламних оголошень та популярної музики, але американці мають меншу ймовірність ознайомлення з англійським сленгом через меншу експозицію. Безліч фраз і слів в Англії означають одне, а в Америці - інше. Для того щоб бачити ці відмінності, необхідно вивчати нюанси, щоб не потрапити в халепу. Адже вживши місцевий термін невірно, можна явно зганьбитися. В Америці, наприклад, слово “sorry” може не мати звикло нам значення «вибачте». «Sorry» може сказати вам поліцейський, підозрюючи вас в чому-небудь і бажає обшукати вас. Це просто ввічливе звертання. Слова, що мають класичне значення в Британії можуть бути перекладені в США зовсім не так як в класичному англійському, переклади цих слів зазначено нижче.

[17]

Англійське слово	Загальноприйнятий англійський варіант перекладу	Американський сленговий варіант перекладу
Ass	Осел	Зад
Football	Футбол	Регбі, американський футбол
Pissed	Бути в стані важкого алкогольного сп'яніння	Розлютитися, вийти з себе
Fancy	Фантазія, примха	Торт, булка
Bloody	Дурний, безглуздий	Кривавий
Grass	Трава	Канабіс
Table (дієслово)	Обговорити що-небудь	Відкласти, перенести

Нижче зображено підібрані сленгові слова в перекладі на українську мову з англійської мови, які в англійському та американському варіанті англійської означають зовсім різні речі. Це надасть змогу побачити чітку різницю поміж ними. А також, уникнути непорозумінь в різних комунікативних ситуаціях. Адже, як було зазначено вище, одне й теж сленгове слово може мати різні значення й надавати різного емоційного забарвлення у розмові, що може призвести до неприємних наслідків. Це зумовленим географічним положенням, різницею поміж культурним підґрунтям. Очевидно, що американський сленг має більш вагомий вплив й робить багатший внесок в розмовну комунікацію британського населення, тому чітко зрозуміло, що слова набувають нових значень навіть на території Великобританії.

Слово	Значення в Англії	Значення в США
Jumper	Светр.	Светр. Самогубець, який зістрибує з великої висоти.
Braces	Підтяжки (на штанях).	Брекети (особливо поширене слово в цьому значенні в Сан-Франциско).
Bog	Туалет.	Болото або болотиста місцевість.
Fag	Цигарка.	Образлива назва представника нетрадиційної орієнтації.
Bum	Бездомний, безхатько.	Зад (філейна частина тіла).

Отже, основна функція сленгу в телепередачах полягає в емоційному зближенні мовця з телеглядачем. Це зумовлює певний контакт, завдяки якому отримувачу інформації простіше її засвоювати, а телеканали, разом з телепрограмами мають змогу утримати аудиторію, підняти рейтинги таким чином, а також залучити більшу кількість людей до перегляду. У зв'язку з тим, що чисельність американських телепередач перевищує чисельність англійських це надає змогу зрозуміти як нові лексичні одиниці стають частиною повсякденного вокабуляра молодого британця. Окрім того, з початку пандемії у всьому світі багато ток-шоу почали випускати свої

епізоди на інтернет платформі YouTube, а кількість глядачів, з огляду на закриття багатьох закладів, зростає у геометричній прогресії, що в свою чергу слугує певним реагентом для засвоєння нової інформації й лексики. Також потрібно не забувати, що сленгові слова й вирази являються невід'ємною частиною кожної людини в тому числі людей яких ми в змозі побачити по телевізорі. Вони використовують цей лексикон бажаючи наситити мовлення емоціями, завуальовано відобразити їх ставлення до тієї чи іншої події. Також можна побачити дещо спільного і різного в значенні, а також використанні одних і тих же слів представниками американської і британської англійської мови.

2.4 Особливості молодіжного сленгу у соціальних мережах (на прикладі романо-германських мов)

Мова молоді є одним із важливих аспектів розмовної мови. Чим швидше розвивається суспільство, тим більше шансів, що батьки почують від своїх дітей незнайому мову. Мова молоді, яка постійно розвивається, називається молодіжним сленгом або жаргоном. Деякі джерела використовують термін Арго. Лінгвісти відзначають, що політичне та соціально-економічне життя країни, особливо в останні два десятиліття, відбивається в лінгвістиці, як дзеркало. Найсерйозніші для суспільства соціальні проблеми знаходять відповідь у словах молодих людей із багатим словниковим запасом, стилістично забарвленим. Загальновідомо, що мова є потужним засобом регулювання діяльності людей у різних сферах.

Вивчення мов для молоді стає все більш актуальним у контексті розширення міжнародних контактів (стажування, екскурсії, викладання багатьох предметів англійськими експертами, перегляд відеофільмів, прослуховування сучасних пісень тощо). П'єр-Моріс Рішар зазначив що англійські студенти, які вивчали французьку мову під час стажування у Франції, мали труднощі у спілкуванні через нерозуміння багатьох термінів, які вони не мали можливості вивчити на уроці. Автор зазначає, що цю

прогалину необхідно заповнити, допомагаючи вчителям залишатися в середині заходу, допомагаючи оживити мову «вулиці», преси, сучасної літератури, вказує на те, що необхідно допомогти вчителю звикнути до неї [31]. з. У своїй статті «Підлітки та мовний репертуар підлітків (на основі сучасних англійських джерел)» Розен, як ніхто інший, зазначає, що вчителі в школах і коледжах мають особливості мовного репертуару своїх учнів.

Це особлива, суто «молодіжна» лексика, яку часто називають «жаргоном» або «сленгом», лексика, пов'язана з освітнім і професійним навчанням, науковою діяльністю та процесами дозвілля [24]. Сленг (англ. slang) - 1) те саме, що жаргон, переважно в англійськомовних країнах. 2) Розмовні варіанти (включаючи експресивні кольорові елементи цієї мови). Це не узгоджується з нормами літературної мови [19]. Rosenthal, Telenkova, Massachusetts, Slang, за визначенням D.E., це слова та вирази, які вживають люди певної професії або соціального класу [25]. На думку Берегівської, молодіжний сленг є найцікавішим мовним явищем, існування якого обмежене не лише певними віковими рамками, а й, як видно із самого його позначення, соціальними, часовими та просторовими рамками. Воно існує серед міської студентської молоді – у більш-менш самостійних референтних групах [3].

Найважливішою рисою мовної культури молоді є широке поширення сленгу. Часто сленг виникає як протест проти словесних стереотипів, одноманітності нудної повсякденної мови, зрештою, просто прагнення до текстової елітарності (Я. Н. Караулов). Бажання говорити гострі слова, вирізнятися та бути оригінальними завжди було властиве молоді. Використовуючи в мові сленг, молоді люди висловлюють критичне і цинічне ставлення до світових цінностей старших, демонструють незалежність, самостверджуються, завойовують популярність у молодіжному середовищі, а також виділяються. “Я хочу бути таким, як ти”- особливо по відношенню до груп дорослих, для яких певна мова є рідною. Не секрет, що молодь шукає

самовираження через зовнішній вигляд, форми дозвілля, любов до графіті, хіп-хопу тощо. Отже, це їхня прихована, зашифрована «таємна» мова. Молодіжний сленг є паролем для всіх учасників референтної групи [3]. Їх мовний репертуар відрізняється від загальноприйнятого наявністю типових слів і виразів, які постійно вживає молодь, у «візитках» навчальних закладів, районів, міст і молодіжних культур.

За словами Є.В.Розен, для самоствердження молоді люди, які бажають виглядати сучасно і «просунутими», починають використовувати слова і вирази, які посилюють їхні емоції. «сильні», «неспокійні» або навіть епатажні слова та вирази, оцінні слова, які не сприймаються як окраса розмовної мови, що суперечить загальноприйнятим мовним нормам. Вживаються різноманітні лексичні елементи, іншомовність, професіоналізми, вульгаризми. «сору, paste and pray» - дослівний пекреклад “скопіюй, встав і молися” - цей вираз виник у програмістів в котрих немає іншого рішення, окрім як скопіювати код із чиєїсь пропозиції в Інтернеті, та палко сподіватись що він спрацює; “Uncle Bob” - дослівний переклад “дядько Боб” - це стосується весільних фотографів, дядьком Бобом називають людину, котра приходить із своєю камерою та заважає професіональному фотографу знімати дійство. Вживання цих слів сприяє відокремленню, самоізоляції представників цієї соціальної групи від інших і водночас об’єднує їх у якусь «свою» групу. Іншими словами, хоча молоді люди прагнуть до нестандартних мовних висловлювань (міжгрупова відповідність), вони шукають спеціальної допомоги від мовних партнерів відповідного віку, щоб говорити «як усі» в групі. Використовують експресивні слова та вирази. (Внутрішньогрупова сумісність) [24].

Вплив англійського сленгу став настільки потужним що не менш доречним було б не зазначити практичний аналіз текстів німецьких журналів Freundin, Prinz, Young miss і Glamour, Жаркова виокремила такі особливості молодіжного сленгу [15]: Часте вживання слів та похідних від них таких як:

супер (der Superclub), Численні вживання «модних» слів, які часто вживаються в розмовній мові та виразах. Багато з них складаються з рекламного тексту. Творці реклами часто спираються на лексику молодих людей у своїх текстах саме тому можна побачити таку велику кількість вживання англіцизмів: Look (der Kreativ-Look, der New-Look); Partys (Party People, Techno Party); Stars (зіркові моделі, зіркові фотографи); Cool ("Круто!", Cool Jeans). Молоді люди вважають англійську більш привабливою та більш авторитетною в молодіжному середовищі.

Англоїзм привносить новизну і визначає мову молоді, але часто ускладнює розуміння. Відбувається невинуватана американізація повсякденного дискурсу. Наявність багатой системи синонімів: tierisch, teuflisch, höllisch, cool. Образ слова виражається так. Повторення (das Zapp-Zapp – натискання кнопки на пульті дистанційного керування, керування пультом дистанційного керування телевізором); мовна ритмізація (der Schickimicki – der Stutzer; schickimicki – сучасний, модний); римування (Ende im Gelände – я не знаю) ; алітерація (Flippen – Floppen – Frappen – Weinen); незвичайні сполучення звуків (hoppeldihopp – in einem Augenblick; das Multikulti – die Multikulturalität; die Tic-Tak-Tussi – das junge Mädchen); назви держав, їх історичних регіонів, міст (Ліпсі - Лейпциг). назви національностей (Ami – der Amerikaner), іронічні фрази та вирази (Hotel Mama – das Leben mit den Eltern; der Parkbankphilosoph – der Obdachlose).

Спостереження за сучасною молоддю показали, що постійне спілкування з друзями є невід'ємною частиною їхнього життя не тільки в реальному житті, а й у віртуальному, у формі, переважно письмовій. Молоді люди використовують аббревіатури, щоб швидко написати повідомлення іншим. Молоді люди завжди хотіли спілкуватися один з одним. Раніше це можна було зробити тільки використовуючи чорнила. Першим засобом спілкування між людьми був папір, на якому люди писали один одному

повідомлення. Але прогрес не стояв на місці, була відкрита перша пошта, з'явився перший домашній телефон, потім мобільний.

А 21 століття принесло нам нові засоби комунікації - це Інтернет. Сайти, які дозволяють молодим людям у всьому світі спілкуватися онлайн, стали дуже популярними (наприклад, www.facebook.com, www.twitter.com, www.skype.com, www.myspace.com, ISQ тощо). З появою Всесвітньої павутини реальне спілкування перейшло у віртуальне спілкування. Багато молодих людей буквально живуть в Інтернеті. Постійне спілкування в Інтернеті за допомогою соціальних мереж www.facebook.com, www.twitter.com, www.skype.com, www.myspace.com, ISQ тощо призводить до поширення все більшого молодіжного сленгу. Статистика свідчить, що чоловіки та жінки у віці від 13 до 20 років проводять більше часу в соціальних мережах [32].

Підлітки та юнаки цієї вікової групи становлять понад 60 із загальної кількості зареєстрованих користувачів соціальної мережі [33]. Дослідивши сторінки молодих американських користувачів у соціальних мережах і поспілкувавшись з носіями англійської мови в Інтернеті, було виявлено, що молоді хлопці та дівчата часто використовують скорочення у своїй письмовій мові. Аббревіатури полегшують процес спілкування в Інтернеті, оскільки вони мінімальні за одиницями символів. За даними «Віртуального жителя», використання аббревіатур у соцмережах займає менше часу, ніж написання цілих слів і фраз.

Найпоширеніші з них можна використовувати в будь-якому електронному повідомленні. •ADIH - another day in hell (ще один день в пеклі) • GG - good game (хороша гра) • WYWH - wish you were here (хотілось би що ти був/була поряд) • QQ - crying (плачу) • TBH - to be hones (чесно кажучи) • ASL - age, sex, location (вік; стать; місцезнаходження) • DM - direct massager (приватні повідомлення) • TL;DR - too long; didn't read (занадто довгий текст; не прочитав) • IRL - in real life (в реальному житті) • WUZUP -

what's up? (як справи?) • DWH - during working hours (впродовж робочого часу). Інші поширені скорочення включають (в основному використовуються підлітками та молодими людьми до 25 років): • NBD - not a big deal (не така й велика справа) • IDK - I don't know (я не знаю) • GRATZ - congratulations (привітання) • TTYL - talk to you later (поговоримо пізніше) • W8 - wait (зачекай) • DBMIB - do not bother me I am busy (я відволікайте я зайнятий). Переглядаючи англomовні молодіжні сторінки журналів та приватно поспілкувавшись із молоддю, яка народилася в Британії та США, було класифіковано аббревіатури, які виявили в Інтернеті, відповідно до їх структури [4].

Початкові букви кожного слова: CYT – see you tomorrow; GL – Good Luck; OMW – on my way; DIY – do it yourself; AYOR – at your own risk; літера + слово, склад + слово, співзвучна комбінація літер: QQ – crying; PPL – people; SRSLY – seriously; Буквено-цифровий + знаковий: B@U - back at you; B4N - bye for now - Nacht; W8 - Wait.

Також відслідковується помітний вплив на активне використання англійської мови німецькою молоддю, англіцизми не можна ігнорувати у промовах і листах. GL – Удачі. ROFL – Rolling Over The Floor Laughing; LMAO – TTYL – Talk To You Later; LOL – Laughing Out Loud laughs); NP – без проблем. Боже мій. OMG - Боже мій. Скорочення: FCBK – Facebook; PLZ/PLS – будь ласка. Буквено-цифровий: ME2 - Mee too / Ich auch. Також мною було знайдено аббревіатуру - SB - Schreib back, яка є сумішшю двох мов німецької та англійської. У соціальних мережах помітив, що німецька молодь часто використовує аббревіатуру ZzZ, яка звучить як знак оклику. Він вказує на бажання, не називаючи його. Тобто бажання відправника спати або те, що відправник цієї аббревіатури занудьгував через спілкування з посланим співрозмовником. У зв'язку з цим кількість скорочень, які вживає німецька молодь у соціальних мережах, зростає через їхню зручність використання. Взято із соціальних мереж www.facebook.com, www.twitter.com,

www.skype.com, www.myspace.com, ISQ, сторінок німецькомовних користувачів або особистого листування з представниками молоді.

РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ У ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ

3.1 Лексичний та структурно-семантичний аспекти функціонування інтернет-сленгу

Одним з прикладів сфери котра має вплив на інтернет мережу є сфера блогерства. Активний розвиток технічного середовища видозмінюють загальноживану лексику, що в свою чергу має вплив на спілкування й навіть мислення молоді. Поява образів, стилів, скорочень й славнозвісних емодзі - комунікативних вербальних та невербальних одиниць мовлення еволюціонує та крокує в ногу з технологічним процесом. Примітивні правила граматики англійської мови все частіше порушуються під час онлайн спілкування. Лінощі породжують нові методи спрощення життя, інтернет-корисувачі почали викладати свої думки в текстовому вигляді використовуючи скорочення не припустимі з нормами мови яку вони використовують. Вищевказані невідворотні процеси мають значущий вплив на лексико-семантичний рівень англійської мови й тим чи іншим чином будуть відображені у майбутньому варіанті мови. Комп'ютерний ігровий сленг можна віднести до жаргону. Він має такі ознаки як: використання обмеженою групою людей - геймерами; реалізується лише на лексичному та фразеологічному рівнях. Постійне бажання отримати нові враження побуджують розробників ігор оновлювати свій продукт й випускати щось нове, що в свою чергу видозмінює ігровий сленг, оскільки потрібно якось називати явища вигадані розробниками й немаючих аналогів в реальному житті.

Ніщо краще ніж проведення паралелі поміж ігроманами та звичними носіями мови не дасть змоги побачити й дослідити комп'ютерний сленг сучасної молоді таким яким він є. Окрім того, можна зазначити що відбувається навіть вплив ігрового жаргону на людей котрі з цією тематикою не пов'язані. «Quest» - слово котре бере своє коріння з ігрового середовища й використовується багатьма людьми для позначення певного переліку завднь, що потрібно виконати для досягнення цілі. Причиною виходу цього слова за межі звичного жаргонного середовища стало те, що деякі люди просто не можуть переключитись на використання стандартної - звичної мови й не замінити слова жаргонізмами. [63; с. 525]. Неможна віднести таке існування комунікації до позитивних явищ, оскільки нехтування загальноновживаної граматики й лексики мови при контакті з іншими людьми відкладає відбиток на підсвідомому рівні сприймача, що може навіть призвести до розповсюдження й автоматичної заміти семантичних одиниць жаргонізмами. Проаналізувавши 227 сленгових одиниць, найбільш поширених у мовному середовищі молодих людей у віці 17-26 років, можна зазначити наступне:

[SEP] Основним джерелом запозичень для збільшення кількості одиниць мережевого сленгу англійської мови є розмовна мова, а саме 147 одиниць, що складає 65%. Запозичених жаргонізмів з 100% було 24% та всього лиш 4% із ЗМІ. 20 слів, що являють собою усього 9% від абсолюту проаналізованих сленгізмів було утворено внаслідок іншомовних запозичень. Таким чином можна дійти до не цілком об'єктивного висновку, але побачити тенденцію, що більшість сленгізмів з'являються у буденному спілкуванні завдяки трансформації вербальних одиниць та переносу їх у письмову комунікацію, з метою вживання при онлайн спілкуванні. Нище було надано декілька прикладів мережевих сленгізмів котрі вже вкорінилися в повсякденне неформальне спілкування й не рахуються жаргонізмами саме ігрового середовища:

1. “excellent”, “cool” - веселий, божевільний;
2. “stimulated”, “excited”, or “agitated” - стан, коли людина відчуває емоційне збудження;
3. “criticise”, “attack”, “abuse”, “insult” - критикувати;
4. “trash” as a verb. (e.g. the film was trashed by reviewers) - відкинутий, або ж той від якого відмовились;
5. sassy - нахабний;
6. “pretty sus” - скорочення від «pretty suspicious», що означає «підозрілий; той, кого підозрюють у тіншовій схемі або нечесний». [56; с. 114 – 130]

У 2020 році серед ігрового середовища стає досить популярне словосполучення «pretty sus», виникло воно ж завдячуючи релізу в цьому ж самому році гри «Among us», що побила рекорди по скачуванні на платформі Google Play. Приклад використання в реченні: Nothing can be added, it was GG and that guy/ player was pretty sus. Не менш цікавішим пейоративним прикладом жаргону є здавалось би звичне для англомовного середовища ім'я «Stacy» або інший варіант правопису «Stacey», «Stacie». Цей термін почали використовувати для опису представників жіночої статі, тих хто уособлює собою жінок надзвичайної краси й безрослудливості. Додатковим прикладом інтернет сленгу може слугувати слово котре означає друг, товариш, віртуальний співрозмовник це «moot» (множина «moots»). Whenever I come home, my moot always online and happy to play with me [67].

Instagram - соціальна мережа, в котрій також можна відслідувати використання сленгу під викладеними фотографіями чи в коментарях. Допаликладу фраза котра була написана поверх фотографії викладеної на 24 години однією з користувачів цієї мережі - «Go home ASAP for XOXO». Розглянувши детальніше можна побачити аббревіатуру «ASA», що означає «як можна швидше» і являє собою неформальним позначенням вираження терміновості у скороченні 4 слів «as soon as possible», а також «XOXO» - «обійми та поцілунки», спосіб вираження почуття суму серед молодих носіїв

сленгу. (70) Вульгаризм, сленгова одиниця яка також досить відома в просторі Instagram «IDGAF» - являє собою скорочення фрази «I don't give a f*ck», більшу культурним аналогом й свого роду синонімом цієї фрази може слугувати наспуна «I don't care», та означає в перекладі «мені байдуже». Прикладом використання є наступне словосполучення: «Middle fingers up cuz IDGAF!!!» - неформальне, вульгарне вираження недбальства й байдужості до цієї чи іншої ситуації [70]. Стрімке збільшення аудиторії й прихильників цієї соціальної мережі створив певний феномен і змінив тенденцію розповсюдження інформації. Тепер молоді люди отримують нову інформацію та поширюють свою через цей спосіб комунікації. Навіть ЗМІ такі як служби новин знаходять нову інформацію в інстаграм профілях видатних зірок та розповсюджують її для відкриття нових таємниць особистого життя видатних людей. Коментування публікацій є не менш важливим прикладом комунікації на просторах інтернету. За допомогою вподобань люди оцінюють змістовність, оригінальність, новизну контенту який вони отримують, тим самим просуваючи все більше цікаві ідеї для широкого колу аудиторії. Аналогічним чином працюють і коментарі, саме тому виникло бажання у багатьох користувачів бути почутими. Прохання по типу прокоментувати фото чи поставити вподобання стає невід'ємним способом комунікації в мовному онлайн - середовищі. Доприкладу скорочення «Lb» - «like for like», що означає дослівно «вподобання за подобання» та спонукає одного користувача мережі натиснути на кнопку у вигляді серця під фото, щоб і під його фото зробили так само. Найчастіший коментар являє собою скорочення «Lb» на сторінці Дженнер Кардашян, звісно трактувати його можна як скорочення для виміру ваги - фунта, але вони ніяк не намагаються обговорити вагу цієї зірки. Значення коментаря було представлене вище. «Cb» - подібне скорочення в якому змінена перша буква «с» й означає «comment», коментар за коментар, або ж ще один спосіб самореклами. Іншими словами, користувачі вкладають сенс цілого речення «Я прокоментую ваші фото, якщо ви прокоментуєте мої» в дві букви. Третьою

не менш цікаво одиницею сленгу можна розглянути скорочення «Fb» - «follow back» в дослівному перекладі «підписка за підписку» [52]. Усі ці приклади надають зрозуміти значення лексичної одиниці літери «B» означає «у відповідь» в соціальній мереж Instagram. Складнішою для розуміння недосвітченного користувача цієї мережі може бути варіація самопіару «ff» - «first for first», автори цих коментарів намагаються донести наступне « I'll like your first photo if you like mine» (переклад: «я вподобаю твоє перше фото, якщо ти вподобаєш моє перше»). Інша варіація скорочення цього ж речення є «F4F». Оскільки кожен інстаграм профіль створений таким чином що там є ряди фотографій, кожен з яких складається максимум по 3 фото виник наступний коментар «R4R» - «Row for row» - «if you like one row of photos on my profile, I'll like one row of photos on your Insta»(переклад: «якщо ти пролайкаєш один ряд моїх фото в профілі, я зроблю те ж саме в твоєму», «ряд за ряд». (52). Людство завжди прагне до чогось миттєвого, якщо це у контексті того що є до вподоби, тому побачивши коментар «Instant», автор намагається запевнити Вас, що ваше фото отримає миттєво вподобання, якщо ви зробите перший крок вподобавши їй постер [52].

Все частіше згадуючи інтернет мову простору можна дійти до висновку що комунікація англійською стає все більше з вкрапленням сленгізмів, що в свою чергу спонукає носіїв забути про всі норми та відхилятися від граматики літературної мови. Нові форми комунікації призвели до змін на структурно-сентаксичному рівні англійської мови. За досить малий період «англійська інтернет мова молоді» визначила гіпотетичний варіант розвитку та трансформації традиційної літературної англійської мови. Назвати цей процес можна глобальним, оскільки вербально-невербальний метод онлайн спілкування в інтернеті побудований не на одному мовному середовищі [55; с. 12].

Е.М. Береговська проаналізувала одиниці нетспіку (інтернет мови), та запропонувала й виокремила наступні джерела формування сленгізмів: 1) Derivation - словотвір, або ж походження слова від основи. В мережевому

сленгу англійської мови він відбувається аналогічно до словотвору в літературній мові. Приклад: «stupidness» - дурість; «I'm screw up» - мені кінець. 2) Ryme - римований. Зародження цього формування бере свій початок ще з середини 80-тих, коли лондонські робітники замінювали звичну фразу одним або декількома словами. Приклад: «loaf of bread» - «head»; «Adam and Eve» - «believe»; «you and me» - «tea»[53]. 3) Adoption - запозичення іншомовного походження, досить розповсюджене зараз в колах англійської молоді. Приклад: «adios» (ісп.) - «допобачення»; «avatar» (санскрипт) - дослівно «втілення/прояв», але набуло значення у 21 столітті як невелике зображення, яке використовується як основне фото у профілі користувача соціальної мережі[56]. 4) Polysemy - полісемія, коли слово має декілька значень. Наприклад: «Ok» - «добре, не хвилюйся»; оригінальне значення «roost» - «курник/курка», у якості сленгової одиниці воно має дещо інше значення - «місце проживання», або ж «place of leaving» англ. [70]. 5) Abreviation - ініціальні скорочення, також відоме поняття як аббревіація. В англійському мережевому слензі було прийнято писати з крапками після початкової літери кожного слова, але з часом і це зникло, Приклад: було «O.M.G.», стало «OMG», повна форма «oh my God»; «B.T.W.» змінилась на «BTW», повна форма «By the way»[70]. 6) Univerbation - універбація, коли словосполучення скорочується до одного слова зі збереженням змісту. Приклад: «motel» - «motor hotel»; «smog» від «smoke-fog»[64]. 7) Tmessis - тмесіс, явище у лінгвістиці, коли слово поділяють на дві частини, віддалені один від одного, та вставляють поміж ними інше. Приклад: «abso-bloody-loutly»; «inde-goddamn-pendent» *вульгарний приклад, котрий досить розповсюджений [63]. 8) Apposora - апокопа, також відоме явище як усічення коренів. Наприклад: «pre sci» - «preliminary science»; «soph» - «sophomore»; «ret» - «cigarette»[54]. 9) Metaphorization - метафоризація, один з методів утворення образу за допомогою метафори. Приклад: «flame» - може трактуватися як синонім слова «cool», вживається під час жвавливого обговорення якоїсь теми, зазвичай провокаційної; «to live in a birdcage» -

проживати в гуртожитку; «sheesh» - один з варіантів повідомити співрозмовника в тому, що перед ним саркастичне повідомлення, або ж новина з Інтернету, це сказати це слово[68]. 10) Methonimia - метонімія, тпренесення одного поняття на інше, яке навідмінну від оксюморона перебуває з ним у певному зв'язку. Наприклад: «Visit lady Perriam» (відвідати леді Перрі) - піти в туалет; «blue car» - поліцейський [70]. 11) Каламбурна підстановка, коли використовуються омоніми або ж пароніми для того щоб створити сатиричний ефект. Приклад: «bastard»- «basket»; «compu» - «computer»[55]. 12) Antonomazia - антономазія, непрямий метаномічний варіант назви явища іменем літературного персонажа. Приклад: «Baltic» - «дуже вітряна погода»; «George» - «розумний», «кмітливий»; «Jerry» - «досвітчений», «добрий»[63]. 13) Metathesis - метатезис, або ж перестановка двох звуків у слові. Приклад: «Dab nam» замість «bad man» (погана людина); «doog» замість «good» (хороший). 14) Roots assembly - складання коренів, зазвичай двох слів в одне. Приклад: «fruce»- combination of «fruit anf juice»; «eduhater» - «education hater» зазвичай так називають викладачів, котрі нелюблять свою професію; «brofessional» - «brother professional» так називають людину яка є дійсно значущим другом; «netizen» - комбінація «network+ cityzen», звична назва людей котрі постійно онлайн[63]. 15) Telescope - телескопія, поняття при якому виникає складання двох або більше слів в одне. Приклад: «Bri-utiful» - «Braiana + beautiful»; «mothemagician» - «mothematician + magician»[63]. Такого роду дослідження допомогло структурувати основні варіації словотвору нетспіку й побачити різницю в утвореннях мережових сленгів англійської мови доприкладу з українською, в котрій непритаманні фразові дієслова. Окрім того, побачити тенденцію утворення мережевого сленгу методом скорочення [2; с. 32–41].

Англійська мова як і її сленг має свою особливість - прагматичність. Спікери використовують сленг задля досягнення багажного емоційно-експресивного стану сприймача, намагаючись певним родом висміяти

ситуацію чи видозмінити її [70; с. 65]. У певних ситуація сленг дійсно допомагає зануритись у атмосферу його користувачів й збільшити емоційне забарвлення деяких одиниць мови й підкреслити, наділити певне слово більшим змістом. І. Гельпін - «Необхідність використання метафори виникла через неможливість адекватного висловлювання думок з урахуванням вживання логічних зв'язків. Прагнення встановити кореляцію та заємодію склеників інтерпретативнотвірного дискурсу, їхній вплив на баланс інформації у онлайн-діалогах та їх перекладу». В. Г. Гак, Дж. Кетфорд й А.Д. Швейцер виокремили три наступні й загально вже прийняті норми теорії перекладу: ситуативно-денотативна; семантична і комунікативна. Розглянемо кожен з них по окремої та більш детальніше.

Ситуативно-денотативна модель перекладу використовується на прикладі кваліфікаційної роботи здобувачів вищої освіти задля коректного перекладу та відвоєрення мови оригіналу. Оскільки кожна людина є індивідумом й бачить все по своєму, то недаремно перекладачі самі того не пізнаючи формують нові синтаксично структурні ситуації. Для коректної передачі емоційно забарвлених слів таких як сленгізмів, які використовують в мережі, слід транслювати емоційність та експресію яка закладає автором впершу чергу. Саме тому підбір й пошук аналогів у своїй мові є таким клопітким процесом. Прикладом може слугувати слово «noob», перекладачу варто звернути увагу в якому контексті автор використав це слово, та підібрати аналог з української літературної мови або ж аналог сленгізму доприклад «рак», «ракло» - недосвічений гравець.

Семантична модель перекладу. Згідно цієї моделі сам процес перекладу передбачає виділення в оригінальному тексті «сем» - смислових одиниць, та влучний підбір одиниць мови перекладу, що мають аналогічно-смислові елементи. Приклад: «I'm low hr» 1) I - перша особа однини; 2) допоміжне дієслово «to be» виражене у першій особі однини й є показником теперішнього часу; 3) якісна характеристика іменника, виражена прикметником; 4) скорочене словосполучення. Переклад - «Я маю низький

рівень здоров'я» в якому 1) Я - перша особа однини; 2) теперішній час виражений дієсловом «мати» у першій особі однини; 3) якісна характеристика іменника виражена прикметником чоловічого роду 4) іменникове словосполучення. Таким чином можна побачити зіставник аналіз мови оригіналу й мови переду, що мають декілька спільних смислових елементів, але не являються абсолютним перекладом. Звісно, малі розбіжності не сильно заважають зрозуміти адекватно мову оригіналу, проте навіть мала невідповідність значень сем МО та МП робить його комунікативно нерелевантним. Скорочення слів під час розмови неприйнятні для української мови, але оскільки тенденція до запозичення іноземних слів росте, скорочення також появляються в вокабулярі носіїв української. Тому, можна почути більш релевантний переклад фрази «Маю низький ХП».

Комунікативна модель перекладу. Згідно з цією моделлю переклад має набувати вагомим значення для міжкультурної та мовної комунікації в цілому. Основним завданням перекладача є реалізація комунікативного впливу автора на читача шляхом прямого перекладу повідомлення автора до читача. Таким чином стаючи основним елементом мовного «діалогу».

Варіативність перекладу вважається нормальним явищем, оскільки він не може бути абсолютним. Доприкладу « to lunch or to go crazy » - можна перекласти як «з'їхати з глузду» чи просто «здуріти»; «floppy disc» - в деякому контексті може набути значення «зубрилка», людина котра вивчає інформацію на пам'ять. При перекладі подібного емоційно-забарвленого сленгу перекладачеві варто докласти максимальних зусиль аби передати та відтворити посил мовою сприймача. Оказіоналізми та неологізми допомагають зберегти стилістичне забарвлення перекладу в інших прошарках.

Теорія рівнів еквівалентності. Ця теорія побудована на тому, що можна звести відмінність перекладу від мови оригіналу до мінімуму. Комбінація всіх вищезазначених моделей перекладу при перенесенні значення тексту однієї мови на іншу забезпечить еквівалентний переклад.

Такого роду переклад зможе забезпечити міжнароджну комунікацію на рівні еквівалентності.[24; с. 52]. Загалом можна виділити п'ять основних рівнів. Перший, це лише на рівні мети еквівалентност «to buy jewels» - «купити красиву пару взуття». Другий рівень, це на рівні опису ситуації - «worlds fail me» - «у мене немає слів». Третій рівень, на рівні повідомлення - «Back in high school I had a major crush on you» - «в старшій школі я був по вуха закоханий в тебе». Четвертий рівень, на рівні структури висловлювання - «I'm not kidding we were in a long-term relationship» - «Я не жартую, ми були у довгострокових стосунках». П'ятий рівень, лише на рівні мовних знаків - «Yes! You are 95! Way to go, man» - «Так тримати, старий! Тобі виповнилось 95!». Отже головною метою при перекладі сленгу є правильний підбір відповідників, котрі будуть максимально наближувати й передавати суть й основну експресивну ідею оригіналу закладеним автором під час написання. Тому завдання створення українських відповідників є дуже важливим задля відображення бажаного прагматичного спектру.

Технологічний прогрес й постійне оновлення ігор згуртовують навколо себе все більшу й більшу аудиторію, котра спілкується різними мовами. Позитивна сторона цього явища є сприятливий розвиток нових можливостей для обімну інформації, з негативної ж поява потреби погоджувати дії команди для кращих результатів, що стимулювало появі сленгу[10; с. 53]. Того типу сленговий пласт безується на звичній англійській мові, що правда різниться стилістично-емоційним забарвленням. Все частіше можна зустріти представників різних вікових категорій, котрі використовують сленг. Не можна не зазначити, що розвиток ігрової індустрії не вніс свій вклад в таке масове використання. Ще на початку двохтисячних років понятті ігрового сленгу навіть не підіймалося, оскільки групи гравців були настільки малими, що вплив цих носіїв сленгізмів навіть не можна було дослідити. Активний прогрес ігрової індустрії спровокував появу кіберспорту [60; с. 191] Можна розглянути дві форми комунікації в онлайн-чатах всесвітньовідомої гри «League of Legends»[69]: перший - стандартно

вербальний метод спілкування, командний чат або ж голосові повідомлення; другий - візуальне спілкування (невербальний спосіб комунікації) у вигляді емоджі та пінг сигналів [69].

Хоча емоджі зазвичай не використовуються для передачі важливої інформації, вони є формою візуального спілкування. – Невербальне спілкування: мова тіла. Хоча це не вважається схожим на автентичне самовираження, це все ж немало важливий аспект гри. Головна мета створення ігрових понять – швидко і зрозуміло донести інформацію в ході самої гри. Зокрема, одним із завдань ігрового сленгу є сприяння комунікації в ігровій спільноті про ігрові процеси, кіберспортивні події і т.д. Сучасний ігровий сленг тісно пов'язаний з інтернет-сленгом і мовою Літ, яка виникла наприкінці 20-го сторіччя, що передбачає заміну літер латинського алфавіту цифрами [70; с. 145]. Гравці, які володіють англійською мовою як іноземною, не тільки використовують існуючі модулі, але й адаптують їх до системи іншої мови. Щоб продемонструвати, як спілкується чат однієї з найпопулярніших онлайн-ігор у світі «DotA2», наведемо приклад реального спілкування поміж геймерів [68]: — guys I'm low hp, gonna tp from spawn — ok carry is free farm — he is low I'll gang him — ok take tree for me I need heal and we'll push — Васьок, граючий на mid lane, bdlsk, дістанься сюди, дістанься до нижньої лінії, допоможи знищити ворожі замки — вони не дадуть мені зрубати золото — Хлопці, у мене немає здоров'я, мені потрібно лікуватися, я телепортуюся з бази — Добре, тільки головні спокійно рубають гроші — У нього мало здоров'я, я його зараз прикінчу — Давай, візьми дерево — Явилікуюсь і будемо атакувати. Звичайно, ігровий діалог насичений сленгом, аббревіатурами та конструкціями помилок. У першому випадку хлопець використав 3 аббревіатури та 2 сленгових слова: «mid» — це аббревіатура англійського слова «middle», що означає «центральный», «gank» — яскравий приклад комп'ютерної сленгової лексики, що означає

«вбивати»; «бот» — скорочення від прикметника «bottom» — «нижній»; pls — одна з найпопулярніших скорочень у мережевому спілкуванні на даний момент, українською мовою є відповідна аббревіатура «bdlsk», а повна назва це «будь ласка» [67].

У другому випадку можна визначити 4 конкретні блоки, які активно використовуються користувачами ігор онлайн: «hp» — скорочення від сполучення слів «health point», що означає «рівень здоров'я» граючого; «gonna» — лексичне скорочення «going to» — «збиратися щось зробити»; «tp» — повна форма від «teleport» — скорочення, яке виконане шляхом стягування; «spawn» — одиниця сленгу, що означає «місце де з'явиться персонаж» [67]. Автор третьої відповіді використовує 2 сленгові терміни. Перша сленгова одиниця «ферма» або «фермерство» — типова сленгова одиниця, яка використовується гравцями DotA 2. Це сленгові поняття, що стосуються процесу отримання золота та досвіду шляхом усунення ворожих гравців і нейтральних персонажів [69]. Зазначені вище види діяльності включають членів команди, які розробляють тактику та стратегію. Ці одиниці утворилися в результаті переосмислення слова «вирощування» в значенні «обробка, збирання». Українськомовні гравці використовують кальку «фармити», чи відповідний йому — «збирати данину». Друга сленгова одиниця «керрі» означає «ключова людина» або «хтось, хто грає краще, ніж решта команди». У четвертому рядку гравець використовував такі сленгові одиниці: «be low» - розмовна фраза від «to have low rate of health» - «to gank somebody» — інтернет-сленг, який часто використовують суб'єкти для спілкування в грі, що означає «вбити когось». Остання відповідь також включає в себе декілька своєрідних одиниць: «heal» — одне з найбільш часто використовуваних слів в ігровому спілкуванні, що означає «лікувати», тобто підвищувати рівень здоров'я персонажа. «push» — «нападати» [68]. Можна відслідковувати частотність використання сучасної розмовної лексики під час онлайн-спілкування. Це явище спричинене тим, що гравці бажають використовувати обмежену кількість слів для представлення основної

інформації, щоб заощадити час. Спілкування за допомогою коротких і «швидких» повідомлень характерне для сучасного покоління, яке має кліповий менталітет. Зокрема, суб'єкти спілкування використовують мовні ігри — жартівливу форму подачі інформації, творче відображення дійсності, яка швидко опрацьовується мозком реципієнта інформації та створює атмосферу неформального спілкування [57; с. 5–6]. Для повного відтворення емоційно-розмовного стилю спілкування в перекладі використано український сленг. Однак використання сленгових аббревіатур не є типовим для українських гравців, тому переклад аббревіатур може стати наріжним каменем для звичайного перекладача. Для прикладу, «B» — «back» — «покидаємо»; «GG» — «good game» — «хороша гра»; «BRB» — «be right back» — «треба прикриття»; «DGU» — «don't give up» — «не капітулуй»; «ez» — «easy» — «просто» [55].

Зміст наведених вище одиниць неможливо зрозуміти, не знаючи повної форми фраз, тому копіювати їх є складним завданням для тих, хто не стежить за сучасними тенденціями. Окремо, сучасна українська онлайн-спільнота активно підраховує іншомовний сленг, тому пошук еквівалентів для сленгових одиниць, які вживають англомовні гравці, є досить важким завданням. Основний спосіб формування сленгу в Інтернеті — це аббревіатури. Це пов'язано з небажанням витратити багато часу на введення повних слів. У більшості випадків слова утворюються за фонетичними аналогіями. Для тих, хто розбирається в технології, нескладно зрозуміти, що означають аббревіатури. Проте, щоб перекласти подібний сленг, перекладачеві ще доведеться потрудитися. Хоча і англійська мова є динамічною системою, що постійно змінюється, інтернет-сленг розвивається особливо швидко. Тому перекладачам або звичайним читачам англійського чату важко зрозуміти зміст онлайн-розмов. Пропонуємо розглянути приклад чату в онлайн іграх, який достатньо яскраво показує особливість англійського онлайн-сленгу: Dipper: Double Damage rune here Blood Blade: should be careful of tb 54 Dipper: Double Damage rune here. TB — це аббревіатура, що представляє ім'я одного з

героїв Dota 2, «Terrorblade», якого інші гравці можуть вибрати для здійснення завдань у грі. У наведеному вище діалозі гравець «Bloodblade» попереджає членів своєї команди про небезпеку зіткнення з небезпечними персонажами «Terrorblade». Цікавим завданням для перекладачів є відтворення псевдоніму гравця та імені персонажа, адже для повного перекладу такої лексики необхідно підібрати стилістичний відповідник мовою перекладу.

Для прикладу: Marta22: Hey how r u? Oleg^^: Gud thnx marta wbu? Англomовний діалог перекладається так: Marta22: Hello, Oleg, how are you? Олег^^: Чудово, дякую, Марта, як справи? У цьому тексті переважає сленг, утворений скороченням слів. Так, слова «r» (are), «u» (you), «ur» (your), «u» (why) є легкими для розуміння. Оскільки слова і букви фонетично узгоджені, то й можна зрозуміти значення слів, абстрагуючись від правильного написання, і зосередитися лише на їх вимові. Особливо граматичні помилки при написанні таких слів як: «Gud» (good), «thnx» (thanks), розуміються при першому ж читанню. Явищем, що часто зустрічається, є використання «емодзі» або «пиктограм», що допомагають передати емоції та почуття того, хто спілкується. Спрощення слів виникло через неформальне онлайн-спілкування та бажання заощадити час. Крім того, у такому спілкуванні, як спілкування в чаті, коментування на інтернет-платформах, суб'єкт спілкування не звертає увагу на граматичні правила, оскільки літературна мова не є щоденним способом спілкування людей. Тому й виникли неологізми, які згодом використовувалися в різних веб-текстах, проникаючи в шар загальноновживаної лексики [47]. У нашому дослідженні ми визначили основні функції онлайн-сленгу: 1. Номінативна (додаткова комунікативність): у системі сленгу явища набувають нових назв із більш емоційним забарвленням і, крім того, з'являються слова без визначень; 2. Пізнавальна, яка передбачає, що багато сленгових слів не мають додаткового значення в консервативних стандартних лексичних одиницях, тому кількісно описують навколишню дійсність; 3. Експресивна, де сленг використовується для вираження ставлення до певних явищ, таких як презирство, гумор,

доброзичливість і т.д.; 4. Ідентифікаційна, де сленг стає певним сигналом, що допомагає розпізнати «свого» поміж всіх інших (чужих для нього особисто); 5. Функція економії часу: сленг допомагає економити час у спілкуванні, за допомогою використання аббревіатур, скорочень та усічення. Проаналізовано реалізацію кожної функції. І у ході дослідження ми дійшли висновку, що пізнавальна функція досягається за допомогою таких мовних прийомів: 1) вульгаризми: «turnt» [67]; 2) прикметниковий сленг набуває додаткового значення «кльовий, крутий, ідеальний»: «sick, snatched, on fleek, on point, savage, slay, aesthetic, vibe, insane» [37]; 3) позитивні іменники та прикметники, які не мають подібних значень у нормалізованій мові: «buff, ripped, gassed, live» [33]; 4) іменники та прикметники з негативним значенням в інтернет-сленгу: «extra, hooked on, waste, shook, salty, to be beat, rip off» [69].

Нами розглядаються декілька прикладів когнітивного функціонування інтернет-сленгу на основі англomовних відеоблогів. Розглянемо на прикладах, що містять яскраві вираження інтернет-сленгу в англійському відеоблозі. У результаті аналізу встановлено, що до експресивної функції можна віднести такі мовні засоби: 1) прикметник у значенні «крутий, чудовий»: «cool, sick, aci, savage, vibe, aesthetic, swag, insane, snatched, fleek, lame» [67]. Для прикладу: Man the difference from Ninja playing this game 4 years ago is insane! Like pubs use to be pubs. Keep up the good work ninja when i watch you i feel chapter 1 vibes. Приклад було обрано з-поміж коментарів стрімера Ninja. Користувач Ютуба висловлює свою любов до гри гравця. Іменник vibes у словнику Коллінза означає «приємну атмосферу, поряд з іншою людиною або в якомусь конкретному місці». Аббревіатура, яка походить від повного сленгового терміну «вібрація», що в 1960-х роках означало «внутрішнє відчуття», використовувалася серед користувачів Інтернету для вираження приємних емоцій і внутрішнього спокою. Відповідно до URBAN DICTIONARY [70], прикметник «insane» перекладається як «шалений» або «божевільний. Одиниця походить від латинського *īnsānus* («хвороба, божевільня»), утворена з початкової літери

іменника «sānus» («почуття») плюс префікс in-+ і використовується для вираження вражень в онлайн-спілкуванні. Наведені вище сленгові одиниці використовуються не лише гравцями чи людьми, які користуються комп'ютерами, а й усіма, хто пов'язаний із комп'ютерним світом. Сленг увійшов у щоденне спілкування сучасного світу. 2) вставні слова із семантикою подиву та радості: «AF1, yeet!, holy crap, the heck !, It's lit! I'm amped, hell yes !, what the duce!» [65]. Для прикладу: 3:30 ninja beats a squad with 3 people attacking same time! It's lit!!! !!! У наведеному вище прикладі абонент використав сленгову одиницю «it's lit», яка в 12 столітті означала «колір, фарба». Значення було розширено, і тепер ця одиниця має значення «кльово/прикольно/круто» і виконує функцію вираження емоції радості. Сленг утворений від прикметника «lit», українським відповідником якого є «освітлений», що має функцію вираження позитивних вражень [70]. 3) фрази з лексемами, що означають «занепокоєння, паніку»: «freak out, crack up, wreck».

Для прикладу: Hahaha, whatta crack up! «Crack-up» – термін, введений у 1936-му, означає «стрес/психічний розлад». У 1967-му одиниця використовувалася в значенні «голосно сміятися» і з тих пір активно використовується в Інтернеті [70]. 4) посилення прикметників і суфіксів, що застосовуються з цілю придати більше емоційного забарвлення в позитивному або негативному вислові: «freaking, fucking, bloody, bleeding, goddamned, damn, - tastic (fan-fucking-tastic, frattastic)» [68]. Для прикладу: Damn Ninja! My best was 21 in Squads, but this is just insanity. 5) іменниками, які мають значення «нісенітниця, шлаку»: «tosh, bullshit, trash» [55]. Для прикладу: Gavin said you're trash but you're not Сленгізм «trash», котрий сягає своїм скандинавським корінням у 14 столітті й означає «ніщо, нікчемний», іменник із функцією приниження співрозмовника [55]. Одиниця відноситься до словосполучення Vogue, оскільки це загальноприйняте слово має сленговий відтінок і лише нещодавно почало використовуватися користувачами мережі Інтернету. 6) вульгаризми зі значенням «нісенітниця,

лайно»: «sucks, crap, lame, piss» [33]. Для прикладу: why is this game so crappy? Сленгова одиниця «crappy» означає «поганий/дурний/паршивий» і виконує функцію вираження негативного ставлення до обставин. Вищенаведені сленгові слова належать до табуйованих фраз, але ними користуються як люди, що працюють у сфері ІТ, так і звичайні користувачі в Інтернеті, так і не є виключенням вживання поза ним [90]. 7) прикметники з семантикою розчарування: «bummed out, in a funk, damn it, screw it, fuck up» [63]. Для прикладу: DAMNNNNNNNN IT DOUBLE DAMN. Вищезазначені сленгові слова мають значення «забране пеклом» і використовуються для вираження зневір'я й гніву [61]. Для додаткового емоційного вираження користувачі використовують великі літери та дублювання останньої літери.

Нижче наведено приклад аналізу коментарів на Ютуб-каналі до відеороликів ведучого Бастера, де експресивна функція реалізована в процесі спілкування на англomовній платформі [46]. Переходимо до розгляду реалізації особистості суб'єкта онлайн-спілкування. Як свідчить аналіз, ця функція проявляється у таких мовних засобах, як: 1) вульгарна мова «pissed, piss off, fuck, screw around, screw up». Для прикладу: Fuck, what's the "my father OWNS aliens" line from, feel like it's on the tip of my tongue but cant figure it out. До табуйованого шару лексики належить сленгова одиниця «fuck», первісне значення якої — «опиратися», але з часом набуло негативного значення «чорт забирай/трясця йому», що виконує функцію вираження незадоволення та вираження індивідуальності. Такий спосіб спілкування користувачів популярний серед людей різного віку [56]. 2) дієслова та іменники, що мають відповідники в літературній мові, але виділяються виразним емоційним забарвленням: «to freak out, freak-outs, muck around, chill out, mug, nutty». Для прикладу: I remember the good old days when somebody killed ninja and they started to freak out. Фразове дієслово «freak + out» було вперше зафіксовано в 1960-х як міжкультурна сленгова одиниця, що означає «збожеволіти, біситися». Користувачі онлайн-платформ використовують сленг за призначенням – висловити негативне відношення. Одиниця вийшла

за рамки онлайн-спілкування і використовується в реальному житті. Такий сленг найбільш популярний серед молоді [44]. 3) фрази, що означають «як справи?» чи «в чому діло?»: «what's good, what's up, what's cooking, how ya going».

Для прикладу: POV: You're Here just to see what's up with ninja cause it's been soo long since the last time you've visited. Вислів What's був створений у 19 столітті та і сьогодні є досить популярним поміж членів суспільства. Сленг означає «в чому діло» і використовується як привітання для створення дружньої атмосфери [40]. 4) іменники, складені з літературних слів, що позначають конкретні явища: «stan (stalker + fan), looker, zero chill, juju, asshole, foodie, hangry, adogable, geekable» [90]. Для прикладу: stop asshole get trained ... play more ask questions after. Іменник «asshole» – є іменниковим вульгаризмом, що має функцію вираження негативного ставлення до співрозмовника [54]. 5) іменники зі схожими одиницями в літературній мові: «geek (nerd), gal, breezy (girlfriend), feen (addict), joe (coffee), in a huff (bad mood)». Для прикладу: you called me breezy ??? how dare you? Сленговий термін «breezy», що означає «легкодумний, наївний», утворився шляхом додавання закінчення -у до загальноживаного англійського слова «breeze»- «бриз» [65]. Даний сленг не обмежується сферою діяльності користувача і використовується як у сфері віртуального спілкування, так і поза ним. Сленгізм означає «легковажна дівчина» і використовується для висловлення негативного ставлення до дій співрозмовника. Окремо, аналізуються функції економії часу. Функція економії часу реалізується за допомогою таких мовних засобів як: 1) використання скорочень літературних мовних одиниць: «sup, gonna, gotta, wanna, dunno, is not, sis, bro, dm (direct message), obvi, bae, insta, lib» [88]. Для прикладу: Bro this is awesome content right here. They would get my like even if they did not get the win. Приклад відібрано з-поміж коментарів до відеороликів відомого Ютуб-ведучого Shroud. Сленгова одиниця «bro» утворена від староанглійського слова be «brothar», яке має шістдесят значень «друг, брат», і мовці використовують цю скорочену форму

для створення невимушеної атмосфери, особливо серед користувачів Інтернету [13]. Іменники є яскравими прикладами інтернет-сленгу. Згідно з Urban Dictionary, сленгова одиниця «bro» вважається однією з найбільш часто використовуваних одиниць серед користувачів мережі Інтернету. Вищезгаданий сленговий термін використовується як привітання та економить час, оскільки він набагато коротший, ніж його літературний відповідник «друг» і зручніший для швидкого натискання клавіш під час гри чи спілкування на платформі. 2) скорочення іменувань національностей: «Aussie; nigga» [55]. Literally dying from laughing when I came to the 2 hour mark where the NZ and Aussies made a WWII in Buster`s chat over Pavlova. Сленг був створений для економії часу в спілкуванні. Сленгова одиниця «Aussie» є скороченою формою слова «Australian», яка вперше з'явилася у 1917 році, і зараз активно використовується гравцями онлайн-ігор, задля пришвидшення написання тексту [43]. Yo, nigga wassup? У наведеному вище прикладі користувач застосував 3 одиниці сленгу. Перша з яких – «Йо», що є неформальним зверненням до незнайомих задля економії часу [54].

Другим варіантом реалізації інтернет-сленгу є слово «nigga», яке також є зверненням, але втілює в собі функцію створення дружньої атмосфери та економії часу спілкування. Сленговий термін «nigga» утворився від слова «nigger» – афроамериканець, завдяки відтворенню вимови іменника. Слід зазначити, що ця одиниця в даний час використовується не тільки для афроамериканців, а й для представників інших національностей у значенні «друг» [67]. Третя сленгова одиниця – «wassup», яка використовується в неофіційних привітаннях. Вищезазначений сленг має значення «як справи» і відіграє роль суто економії часу [63]. Можна зробити висновок, що сучасні одиниці інтернет-сленгу в більшості випадків походять від загальноживаних староанглійських слів, які розширили своє значення і використовуються тепер представниками різних сфер суспільства.

3.2 Лінгвопрагматичні особливості функціонування сленгізмів в англомовному інтернет-дискурсі

Сленг функціонує відповідно до норм, які не схожі з іншими нормами літературного стилю, фіксованими в словниках, довідниках та інших офіційних ключах. Сленг, на відміну від літературної мови, формуються узусом і не вважаються загальновизнаними чи обов'язковим. Необхідно підкреслити, що в інтернет-сленгу виникають системи, міцні висловлювання, мовні шаблон (вітання, прощання, вдячності тощо), які дозволяють існувати конкретним законам формулювання змісту в типових обставинах. Такі оброблені, стандартизовані мовні засоби автоматично використовуються у спілкуванні і сприяють зміцненню нормативного характеру сленгового іміджу. Державний мова – це комплекс літературних мовних стилів, сленгів, діалектів і просторіччя, а також жаргонів. Безумовне розуміння тексту на українській та іноземній мові, переклад лексем, передбачає акцентування лексичних, риторичних, смислових і граматичних відмінних рис стилю мови, і встановлення належного стилю літературної мови чи нелітературного образу державної мови. Література містить конкретно встановлені у світі принципи використання лексичних одиниць, але вони не фіксовані і не незмінні, оскільки вони протікають історичне формування, і мають залежність від змін у світі. Б.Л. Уорф заявляв: «Мови мають граматику, що охоплює норми конвенційної і соціальної точності, але розпоряджається мовою не хтось, а правильне, раціональне мислення...» [52; с.171]

Мова вважається знаряддям внутрішньої культури, в такий спосіб, вона повинна регулярно поповнюватися лексичними новими засобами.

Заперечення ситуації відхилення від літературних норм здатне спричинити «омертвіння мови». Але прийняття варіативності норм сприяє збереженню літературного стилю і його формуванню, в залежності від потреб періоду. Тому з однієї сторони, британський інтернет-сленг належить до державної

мови, а з іншої сторони, є суперечності поміж сленгу та літературним стилем. Оскільки розмова, заповнена сленгізмами вказує на байдужість до конкретних норм, лексичної правильності, простих здібностей спілкування, негативному впливі на свідомість нинішнього покоління. Необхідно виділити, що зайве застосування зменшеної лексики заважає розумовому та креативному формуванню людини. Комунікативна роль не вважається головною функцією інтернет-сленгу, так як значимими є естетика і унікальність. Одиниці сленгу сприяють відходу з консерватизму в мовному стилі та за допомогою метафоризації; не дотримуються загальновизнаних норм, додаючи активність і ліричність. Прояв мережевого сленгу вважається обов'язковою складовою природної мови, значним компонентом її формування. Проте інтенсивне формування та зацікавленість до порушень норм літератури має бути джерелом для їх ліквідації, огрублення і риторичного зменшення мови [1, с. 127].

Особливості мови в сучасному суспільстві пов'язані не тільки з прагненням до самовираження, але і є необхідністю займати основну роль в новому науково-технічному суспільстві, виділяючи свою поінформованість, унікальність і участь в команді таких, хто саме «орієнтується в останніх нововведеннях світу». Вищезгаданий шар мови застосовують конкретні вікові групи, щоб гарантувати необхідний рівень експресивності, з метою позначення модних і популярних в сучасній сфері реалій, що не мають відповідностей в літературному стилі, а також з метою здійснення спілкування, що відбувається в природній, невимушеній, дружній обстановці, та гарантувати комунікативну рівноправність суб'єктів спілкування. Відповідно до лінгвопрагматичного нюансу, інтернет-сленг вважається змінним, містить місцево-темпоральні лімітування лексико-ідіоматичних одиниць, які є основними компонентами даної мовної категорії. Стабільні зміни в лексичному складі мережевого сленгу обумовлені постійним проявом нових сленгізмів і досить швидкому (в рамках п'яти-десяти років) зникненню

конкретної частки одиниць, а також переходу сленгових засобів в інші форми функціонування мови, наприклад, в звичайну лексику.

Велика кількість сленгових одиниць онлайн-спілкування характеризуються гумором і гротеском: «Bugger all» – «загалом нічого» - – «I've had bugger all to all day». – «Мені не було що робити цілий день». Давайте перейдемо до обговорення відмінностей інтернет-спілкування україномовних і англійських користувачів. Розгляд вищезазначеного нюансу необхідно розпочати із дослідження загальної інформації щодо ходу формування і поширення головного засобу комунікації сучасного співтовариства. Лінійний графік відображає зміни в чисельному складі споживачів послуг мережі Інтернету в Америці і Україні, які спричинили істотну популярність інтернет-спілкування. Потрібно підкреслити, що швидке підвищення інтересу у використанні міжнародної комп'ютерної мережі в Україні почалося ще в 2005-му, але це сталося на 10 років пізніше, аніж в Америці, відповідно до офіційних відомостей Світового банку. Окремо, є суттєва відмінність між показниками у відсотках числа користувачів двох держав у минулому році: 67,6% – Україна і 87% – Сполучені штати Америки. Підсумки розгляду представлені у діаграмі. Беручи до уваги вищезгадану інформацію, можна прийти до висновку, що одним з основних чинників функціонування англійської термінології і мережевого сленгу в інших країнах, зокрема, України вважається швидке формування соціальної, цивілізованої і науково-технічної сфер Америки і відставання менше цивілізованих держав.

Мережевий жаргон включає майже всі без винятку області життя, й містить засоби для відображення майже всіх обставин, які мають безпосередньо експресивне забарвлення, оскільки сленгізми з'являються внаслідок емоційного відношення до розмови. Сленг – це постійне інтенсивне словотворення, що відбувається за принципом мовного виду розваг. У результаті комічний результат існує в сленговому тексті, взаємодія відбувається в пустотливому стилі. Учасник комунікації передбачає не тільки

сутність висловлювання, але і цікаве оформлення. Скорочений лексичний склад, так само як принцип, містить синоніми в нейтральній лексиці. На відміну від одиниць літературного стилю вони швидко змінюються і формуються. Інтернет-сленгізми можуть швидко переходити з однієї категорії в іншу, так як їх належність до конкретної групи умовна.

Потрібно підкреслити, що в англійську звичайну лексику вступили наступні одиниці інтернет-сленгу: «bluff», «billet», «minx», «flummoх», «ripping», «humbug», «flog», «soccer», «yarn», «shabby», «sham», «pluck» – «сміливість», «whitewash», «baggage» – «дівчина», «bet», «bore», «chap», «donkey», «hoax», «kidnap», «mob», «odd», «trip», «character» – «людина», «to bolt» – «тікати», «fishy» – «підозрілий» [54]. Більш того, сленгові онлайн одиниці, так само як і одиниці жаргону, поетизми, архаїзми, варваризми, професіоналізми, закордонні формулювання, неологізми, колоквіалізми, діалектизми і вульгаризми, вступають в лексико-стилістичну парадигму, котра має свої особливості: 1. Спілкування здійснюється через нейтральне слово, цебто немає прямого взаємозв'язку з денотатом: «to curve someone» – відшити когось. 2. Відсутні конкретні референтні рамки, оскільки мережа інтернет-сленгізму має оцінюючий характер і може застосовуватися з метою різноманітних референтів: «mate» – «an animal's sexual partner»; «friend» – «a person who is employed» / «to help a skilled worker»; «used as a friendly way of talking to someone» – партнер; товариш; друг; хлопець [4]. 3. Існуючі синонімічні одиниці: «smiler», «snoot», «kisser», «dish», «mask» – «обличчя». 4. Формування антонімічних верств. Для прикладу: «neat» – «хтось чи щось чудесне або бридке» [67]. У цілях повного уявлення інтернет-сленгу, суб'єкт має розумітися на належному мовному коді, оскільки конкретний термін здатний мати зовсім іншу роль, відміну від звичайної. Загалом, подібні епізоди досить поширені у вигляді синонімічних рядів, що характеризують конотацію одиниці чи нейтральні синоніми. Можна прийти до висновку, що мережеві сленгізми належать до нелітературної, риторично забарвленої лексики низького стилю, а також постійно змінюються і розширюються.

Сленгізми відрізняються наочно вираженою експресивністю, грубим відтінком, жартівливістю, носять наочний характер і можуть використовуватися у всіх суспільних групах носіїв цього шару мови.

3.3 Сленг як маркер трансформації особистості в інтернет-мережі

Вплив мови на життя та світогляд людей, її роль у формуванні цінностей і перспектив сучасного покоління є цікавим, але дещо суперечливим питанням для лінгвістів. У сучасному світі мова вже не є лише простим засобом спілкування, це особливий інструмент впливу, переконання чи маніпуляції. Значний інтерес викликають лінгвістичні явища, які впливають на свідомість на імпліцитному рівні й сприяють створенню категорій та образів, тим самим впливаючи на поведінку користувачів Інтернету. Можна припустити, що мова створює навколишню дійсність і що її сфера застосування, предмет і комунікативні цілі визначають основні характеристики стилю та його основні риси. Зокрема, процес сучасної трансформації англо-американської культури спричинив зміни мови та культури. Крім природного формування лексичних одиниць, сучасні умови сприяли також розвитку популярного в сучасному інформаційному суспільстві інтернет-сленгу [20; с. 58]. Перш за все, однією із зазначених умов є глобалізація – це перехід суспільства до нового типу, який нагально потребує адаптації до швидкого трансформаційного процесу в усіх сферах суспільного життя. Насправді, складно уявити нині людину без смартфона, одного з основних засобів спілкування. Звичайно, не можна ігнорувати вплив цього нового способу спілкування на свідомість нинішнього покоління. Непереривне використання гаджетів для спілкування породило термін «покоління SMS». Стрімкий темп життя визначає його умови, особливо спілкування, яке формує характеристики: швидкість, простота, лаконічність, популярність. Оскільки користувачі Інтернету прагнуть зменшити розмір тексту повідомлення, одиниці лексики повинні містити найбільшу кількість вмісту в найменшому розмірі.

Вартує зазначити, що термін «сленг» означає мову, якою розмовляє незалежна і відносно стабільна соціальна група, до якої входять користувачі соціальних мереж Facebook, TikTok, Instagram, а також мікроблогів Tumblr і Twitter, зі спільними інтересами. У рамках даного дослідження особливий інтерес становлять блоки, які виникають під час функціонування віртуальних комунікаційних середовищ, тобто використовуються лише обмеженим колом користувачів певних соціальних мереж й мікроблогів. Англійська мова давно вважається найпоширенішою мовою в цілому світі, тому англійські поняття активно використовуються в онлайн-спілкуванні. Щоб прискорити темп спілкування та скоротити час, витрачений на написання повідомлень, багато вживаних слів і фраз стали замінювати окремими літерами чи цифрами з алфавіту, якщо вони звучать однаково. Достатньо часто сленгові одиниці стають настільки популярними, що їх треба знати всім активним користувачам Інтернету, щоб швидко знаходити спільну мову з іншими під час онлайн-спілкування і уникати конфліктних обставин. Загалом тенденція до економії часу й зменшення кількості активних мовних одиниць у мовленні повсякденного життя зумовлена потребами людського мислення і спілкування. Мовна економія активізує процеси, що сприяють спрощенню вираження змісту речення, внаслідок чого відбувається «видалення» неінформативних сленгових елементів, підвищується інформативна стислість речення, а отже, швидкість спілкування. [2; с. 34]. Простежується чітка тенденція до економії комунікативних зусиль в ході спілкування шляхом стиснення слів за допомогою скорочення складів: усічення (ущільнення) слів (афери, синкопи, апокопи), ініціальне скорочення (аббревіатури) та телескопування (стягнення). Щоб визначити ставлення української молоді до популярного онлайн-сленгу та літературної мови, та наскільки це впливає на сучасний технологічний розвиток, було опитано 50 українських студентів та школярів.

Студентам було запропоновано таке запитання: «Чи використовуєте ви інтернет-сленг під час спілкування в мережі?». 16% респондентів часто

використовують netspeak, 2% – рідко, 27% студентів – не користуються мережевим сленгом. Проте 55% респондентів визнали, що іноді користуються сленговою лексикою. Відповіді опитаних на наступне запитання: «Яке ваше ставлення до онлайн-сленгу?» дали змогу отримати такі статистичні дані: 15% студентів позитивно ставляться до netspeak. 19% респондентів поставилися негативно, 43% студентів стверджували, що використання інтернет-сленгу не завжди є виправданим, а 23% вважають, що інтернет-сленг є доречним у більшості випадків. Щоб визначити, наскільки сленг впливає на соціальне мислення, було задано таке запитання: «Чи вважаєте ви себе залежним від соціальних мереж?». Як продемонстрували отримані результати, 65% опитаних студентів не уявляють себе без соціальних мереж, 13% нейтрально ставляться до соціальних мереж, 22% не вважають себе залежними. На запитання: «Чи впливає онлайн-спілкування на стосунки з друзями та родиною?» – 20% респондентів відповіли ствердно, а 80% вважають, що онлайн-спілкування не впливає на стосунки з родиною чи друзями. Останнє запитання анкети: «Чим, на вашу думку, зумовлена популярність сленгу»? Згідно з результатами – 55% студентів дали відповідь, що сленг допомагають їм легше висловити свої думки, 3% – взагалі не знайшли відповіді на це запитання, а 42% схиляються до думки, що інтернет-сленг – це досить модно в молодіжних колах. Таким чином, проведене соціолінгвістичне дослідження виявляє деякі проблеми, які, на жаль, можуть становити загрозу для мови та культури молоді в цілому. Звичайно, опитування, проведене на одній території, не може бути вичерпною відповіддю та повним висновком, але все одно воно змушує задуматися та діяти для покращення ситуації.

Поширеність комп'ютерного сленгу серед представників сучасного покоління і надмірне захоплення специфічною лексикою перешкоджають повноцінному розвитку навичок спілкування на діловому чи науковому рівні, сприяючи спрощенню особистісних якостей [15; с. 206]. Молодь не усвідомлює, наскільки сленг сформував культуру та менталітет українців, і

не вважає, що час, проведений в Інтернеті, шкодить справжньому спілкуванню з друзями та рідними. Не дарма сучасне покоління вважається технічно підкованим, адже сучасна молодь більшу частину часу проводить у віртуальному житті, вона багатофункціональна та багатозадачна – виконує кілька завдань одночасно, що суттєво впливає на якість результату [22; с. 107]. Важливим є спостереження українського дослідника С. Мартоса, який наголошує на активній українізації онлайн-словників: «На даному етапі ми спостерігаємо значно меншу кількість англійських запозичень в українському сленгу (переважно пов'язаних із такими компонентами, як музика та комп'ютери). Поширюється пристосування лексем до законів української мови» [32; с. 15]. Крім того, С. Мартос підкреслював, що об'єктами сленготворення часто є реалії, поняття та персонажі, представлені в українській дійсності. Як характеристику сленгових словоформ дослідники відзначають високу частотність використання малих суфіксів і високу продуктивність згрубілих суфіксів. С. Мартос також виділяє високу частотність уживаних молоддю фразеологізмів переважно емоційного забарвлення та стилістичних спрощень. У поняття «грамотна людина» входить вміння грамотно говорити, вміння чітко і правильно висловлювати власні думки. Користувачі мережі повинні не тільки оперувати сленгом, але й володіти літературною мовою на високому рівні. Важливо, щоб комп'ютерний сленг не ставав перешкодою для розвитку та становлення особистості, щоб на його місці з'являлися інші цінності, а мова, придатна для відображення світу певного віку, поступово набувала характерного літературного характеру. У процесі вивчення мови часто не враховуються умови реального спілкування осіб [18; с. 53]. Вчителі звертають увагу на саму мову, мовну систему, а не на особливості спілкування в реальності. Це призводить до небажання використовувати отримані на навчанні знання в реальному житті. В умовах активного технологічного розвитку та віртуальних міжнародних контактів дослідження інтернет-сленгу набуває все більшого значення, так як не достатньо досліджені основні тенденції мови

користувачів Інтернету через процес глобалізації світу, оскільки інтернет-сленг вважається гнучкою лексичною системою і змінюється та поповнюється новими одиницями, через глобальну трансформацію існування суспільства. Одиниці сленгу, які використовуються в онлайн-комунікації, є частиною соціального діалекту, адже сленг є мовою певної соціальної групи (користувачів Інтернету) в межах окремої незалежної спільноти. Дослідники-лінгвістики досі намагаються прийти до єдиної думки щодо визначення поняття «сленг». Термін «сленг» у сучасному світі часто асоціюється з мовою онлайн-спілкування або «популярною» мовою. Інтернет-сленг має особливі характеристики, відмінні від сленгових та жаргонних одиниць. Підсумовуючи аналіз близьких за значенням концептів, можна зробити висновок, що більшість вчених відносять класифіковані мови до арго, а інші соціально-професійні мовні одиниці – до жаргонів. Сленг вважається повним синонімом загальноновживаних слів або розмовного жаргону. Зокрема, сленг є антиподом літературної мови, оскільки він емоційний і порушує консервативні правила англійської мови, використовуючи емодзі, вульгарні слова і метафори. Користувачі мережі використовують сленг, щоб продемонструвати свою індивідуальність та оригінальність, передати бажаний емоційний ефект, а також висловити протест проти навикишньої дійсності, консерватизму та обмеженості літературної мови, нейтрального висловлення думок та «старомодного» спілкування. Більш того, сленг певних субкультур є ознакою приналежності до обмеженої соціальної групи та її мовною символікою.

Зазначимо, що сленгові слова часто вживаються на позначення нових предметів чи понять, яким немає відповідного в літературній мові та її діалектах або якщо мовець не може знайти відповідника. Проте значну частину сленгових одиниць Інтернету складають лексичні одиниці, які є подвійними поєднаннями нейтральних лексичних одиниць і мають більш яскравий експресивний та емоційний вплив на співрозмовника. Інтернет-сленг сприяє докорінній зміні літературної мови, її модернізації та гнучкості.

Сленгові одиниці поступово входять в склад загальноновживаної лексики і позбуваються приналежного їм ненормативного статусу. Мова в мережі різноманітна і неоднорідна, вона поділяється на кілька функціональних напрямів, зокрема це: шкільний і студентський сленг, субкультурний сленг (музичні, спортивні та мистецькі субкультури, *netspeak*). Мова Інтернету поділяється на загальноприйнятий сленг, яким користується більшість користувачів Інтернету, і спеціальні сленгові одиниці, популярні лише серед певних зазвичай закритих груп. В даний час існує не тільки письмовий і усний сленг, а й *netspeak*, яка активно розвивається завдяки спілкуванню в Інтернеті. Існування англійського інтернет-сленгу зумовлене соціологією, оскільки, з одного боку, це протест проти стандартизації та кодифікації офіційної літературної мови, що сприяє формуванню суб'єктами спілкування власної гнучкої, сучасної та жартівливої мови, з іншого – великий вплив на створення сленгу належить розвитку технологій і віртуалізації комунікації; зокрема англійський інтернет-сленг є більш екзотичним методом кодування інформації, що передається для її відокремлення від стандартизованих комунікаційних одиниць. *Netspeak* постійно змінюється, щоб досягти динамізму, який робить його онлайн-комунікацію більш автентичною та сучасною, що дозволяє йому виконувати основну мету інтернет-спілкування – менше писати та більше поширювати.

Таким чином, можна сказати, що мінімалізм і динамічність є ключовими технічними властивостями онлайн-писемності користувачів, які сприяють підвищенню популярності цього шару лексики серед великої кількості людей. Сленгові слова в Інтернеті відображають мовний ландшафт сучасного англійського соціального світу. Активний номінаційний процес, який відбувається в сленговій інтернет-мові, сприяє формуванню нової лексики в процесі інтернет-комунікації, поповненню та оновленню сучасної англійської лексики, але нова лексема, як правило, має грубі та вульгарні вислови, використовує буквено-цифрові коди замість канонічних символів, передбачає вживання іншомовних морфем у письмовому спілкуванні,

порушення лексичних і граматичних норм, порушення усталених мовних традицій – сприяє руйнуванню норм англійської літературної мови. У свою чергу українська мова характеризується активним запозиченням понять з іноземних мов через уповільнений її розвиток, що особливо стосується розширення української терміносистеми. Тому є необхідність скласти словник українського сленгу та знайти українські відповідники до іншомовних сленгових одиниць, що допоможе зберегти статус української мови. 1) Порівняння характеристик поняття «сленг» з іншими словами подібного, але різного значення – «арго», «жаргон» і «професіоналізми» – допомагає зрозуміти це поняття як складного явища в сучасній лінгвістиці. Проведені порівняння дозволяють зробити висновки про прагматичні характеристики сленгу, щоб порівняти його з іншими нестандартними мовними шарами, та краще зрозуміти сучасну картину світу та культурні зміни Інтернет-користувачів. Інтернет-сленг – широке поняття, що охоплює різноманітні мовні засоби, які відтворюють діалект суб'єкта спілкування, його емоції, виконує певні функції та має особливості використання, особливо передачі, які порушують встановлені мовні специфікації, і тому зрештою вважаються неформальними.

Оскільки сленг є мовним пластом, він відрізняється від інших субмов граматичними, фонологічними та лексичними ознаками, змінюється залежно від інтересів, рівня освіти, особистих якостей, територіального та культурного походження учасників спілкування. Зокрема, кібермовність сприяє зміні літературних норм і мовленнєвих особливостей членів суспільства, а також сприяє глобальним тенденціям і змінам у мисленні людей. 2) У сучасній лінгвістиці існує два типи інтернет-сленгу: загальний і специфічний, які знайшли відображення в нашій роботі. Серед додаткових джерел лексики англійської мови на цьому рівні основними є одиниці розмовної мови. Як правило, переважають одиниці з негативним змістом. Класифікація сленгових одиниць інтернет-сленгу базується на спільному інтересі користувачів мережі до активного використання загальноновживаних

словникових одиниць, способів творення інтернет-сленгізмів, їх функціональність і популярність в Інтернеті та поза ним. Сленгові одиниці утворюються за схожим принципом створення нових загальних слів, а саме завдяки трьом процесам трансформації: лексичному, граматичному та семантичному, які ми задокументували в нашому аналізі способів створення онлайн-сленгу. Таким чином, інтернет-сленг – це корпоративний, психосоціальний і творчий спосіб спілкування між користувачами Інтернету, який вимагає постійного спостереження та ретельного вивчення. 3)

Враховуючи прагматичні характеристики сленгу та екстралінгвістичні чинники, які мають значний вплив на поширення сленгу, лексику Інтернету поділяють на: сленг, табуйовані слова та одиниці, які тільки тимчасово входять до певного шару мови; як сленг в Інтернеті. У більшості випадків інтернет-сленг формується не за принципами словотворчих моделей (порушення семантичних зв'язків або при транспозиції), а за рахунок фонетичних аналогій (час від часу це можуть бути помилки-обмовки), які закріплюються в мовленні і стають широко вживаними посеред користувачів онлайн-платформ для віртуального спілкування. Нами були проаналізовані фактори, що сприяють поширенню інтернет-сленгізмів: мода і відповідність тенденціям.

Відповідно до теорії К. Аллана і К. Берріджа, ми вивчили вибірку і підкреслили сім функцій інтернет-сленгізмів: звертання, образа, створення формування доброзичливої атмосфери, прояв емоцій, прояв гніву і демонстрування довіри. Одиниці сленгу вважаються яскравими знаряддями сучасного соціолекту, що передають характерні риси користувачів Інтернету, тому даний своєрідний шар лексики неформальний, незалежний, відкритий до змін і нововведень, експресивний і емоційний. Інтернет-сленг вважається результатом користувальницької мовознавчої творчості, у якому словесно відображається внутрішній світ особистості. Нами були виділені численні сленгізми, які мають метафоризовану сутність; зменшено-пестливі, а також грубі форми. Відмінними смисловими особливостями вважаються

надмірність, перебільшення, експресивність, ненормативність, курйозність, зухвалість, мінливість, що виявляються через природну атмосферу невимушеного спілкування, економії часу і недоступність зорового контакту. Вивчення одиниць сленгу в мережі виявив, що домінуючим призначенням інтернет-сленгізмів є формування дружньої атмосфери в процесі онлайн-спілкування. Більшість обраних сленгізмів використовують не тільки представники спеціальностей, пов'язаних з ПК, але і інші сфери діяльності, тому, до сих пір немає відмежування згідно професійного призначення. Разом з метою реалізувати детальний аналіз одиниць інтернет-сленгу, ми прийняли за основу класифікації Л. Ставицької, В. Вілюмана, М. Матвійчука, а також загальновизнані модифікації створення сленгу. Зокрема, було здійснено докладне вивчення добірки сленгізмів онлайн-комунікації відповідно до класифікації дослідниці Е. Береговської, що дозволило встановити ключові шляхи формування сленгізмів в англomовному секторі мережі Інтернет. У результаті проведеного розгляду вибірки, ми виявили, що найбільш популярними методами розвитку сленгізму є: основоскладання (31%); скорочення (36%) і афіксація (21%). Таким чином, використання скорочення, графічних знаків, метафор, числових компонентів і інших мовних засобів користувачами мережі Інтернет, замість нормативних одиниць в ході спілкування, істотно мінімізувало обсяг текстових повідомлень в ході спілкування в он-лайн, що дає змогу зберегти мовні ресурси і час в межах письмово прикріпленої форми інтернет-комунікації. Інтернет-сленгом користуються люди, не залежно від статі, вподобань, віку або області роботи. Внаслідок вищевказаних функцій, netspeak затребуваний серед користувачів, які прагнуть швидко, наочно і явно передавати свою власну думку. Згідно з нашим поглядом, безпосередньо мережева мова може бути звичайним стилем спілкування суспільства. 4) Відзначено теоретико-методологічний апарат, що підходить у контексті єдиного підходу до дослідження інтернет-сленгу, розроблена технологія вивчення лексико-сміслових, морфологічних і синтаксичних характерних рис даного шару

лексики так само як єдиного способу розкодування змісту і форми основної одиниці. На початковій стадії встановлено зміст понять «сленг», «арго», «професіоналізми», «жаргон» і «інтернет-сленг».

Встановлено формулювання вищезгаданих термінів, поставивши за мету – чітко відокремити сленг з інших пластів лексики. На другій стадії вивчення існувала сформована експериментальна основа пошуку. Способом суцільної добірки з інтернет-платформ відділено 227 мережевих сленгізмів. На третьому стадії визначено і систематизовано види, список джерел розвитку, функції, шляхи формування та модифікації переходу сленгових одиниць мережі Інтернет. Даний етап дослідження передбачив залучення контекстуального, структурно-сміслового, компонентного, цілого та відносного розгляду форми і змісту. На четвертій стадії проаналізовані ключові спрямованості формування, шляху впливу на розуміння, культуру і цінності спільноти інтернет-сленгу; встановлено розмір впливу англійського *netspeak* на свідомість українців, та їх розвиток. Зокрема були встановлені дані у відсотках, набуті під час розгляду; сформовані висновки, на основі поставлених запитань та мети дослідження. Ця стадія дослідження вимагала залучення відносного методу, методу чисельних підрахунків, методів дедукції та індукції. 5) Динамічне формування нових технічних засобів онлайн-комунікації (онлайн-щоденники, соціальні мережі, форуми, додатки для обміну SMS, ігрові чати тощо) вводять комунікацію в мережі Інтернет на нову сходинку, що сприяє зменшенню матеріальних витрат на спілкування, роблячи комунікацію найбільш комфортною і швидкою. Але через світовий прогрес видозмінюються і міркування, які в свою чергу вносять корективи в динамічне англійське мовлення і культуру англомовних користувачів мережі Інтернет. Аналіз, що був здійснений в ході виконання даної роботи дав змогу встановити процеси на різних рівнях та мету використання мережевих сленгізмів, були проаналізовані ключові функції, такі як: номінативна, когнітивна, рельєфна, ідентифікаційна та економія часу. Таким чином, лексико-стилістичні, синтаксичні і комунікативно-прагматичні способи

інтернет-користувачі застосовують, щоб здійснити конкретні принципи онлайн-спілкування – остерігатися офіційності та обмежень консервативного британського стилю і надати можливість співучасникам умовної комунікації, створити індивідуальний образ, стати членом конкретної групи і, виокремити себе з-поміж інших учасників спілкування і сформувати доброзичливу атмосферу. 6) Основне завдання формування ігрових понять полягає у потребі стрімко та зрозуміло передати дані в ході гри. Зокрема, однією із цілей ігрового сленгу вважається полегшення спілкування в ігровому товаристві згідно з ходом гри, подій у кіберспорті і т.д. Суб'єкти інтернет-спілкування застосовують мовну гру. У період комунікації в чатах інтернет-платформ, коментарях або месенджерах, суб'єкти спілкування не дотримуються граматичних принципів, оскільки літературна мова не є знаряддям повсякденного спілкування нинішнього покоління. Подібним методом, виникають нові фрази, які надалі використовуються найширшою групою людей, які не є членами ігрового суспільства, проте потрапляють в шар звичайної лексики. Під час нашого дослідження було виявлено, що сленг вважається результативним методом передачі ідей, відчуттів і емоцій за допомогою експресивних одиниць лексики.

З-поміж мережевих сленгізмів домінують лексичні одиниці, які мають негативну конотацію. Сленгові одиниці, що являють собою яскравий засіб нинішнього соціолекту, передають властиві характерні риси граючих, тому цей своєрідний шар лексики неформальний, незалежний, відкритий до змін і нововведень, експресивний і емоційний. Геймерський жаргон вважається результатом користувальницької мовознавчої творчості, у якому словесно відображається внутрішній світ особистості. Велика чисельність термінів мають метафоризовану сутність; зменшено-пестливі, а також грубі форми. Відмінними смисловими особливостями вважаються надмірність, перебільшення, експресивність, ненормативність, курйозність, зухвалість, мінливість, що виявляються через природну атмосферу невимушеного спілкування, економії часу і недоступність зорового контакту. Вищезгадані

екстралінгвістичні чинники показують особливості онлайн-мови, а також культури гравців, що використовують інтернет-платформи для спілкування. У процесі виконаного дослідження ми уважно вивчили ресурси передачі виразно-психологічного, прагматичного та ідеологічного аспектів, завдяки аналізу одиниць віртуального спілкування. Таким чином, комунікативне завдання в основному відображається за допомогою смайликів, пунктуаційних символів, та прагматичних конотаційних взаємозв'язків. Зі своєї сторони мовна зв'язність реалізується внаслідок застосування різних повторів мовних одиниць. Беручи до уваги вищезгадані особливості інтернет-комунікації, ми підійшли до висновку, що сучасна інтернет-взаємодія благополучно працює в реальному світі і дає можливість повномірно повторити бажаний ефект на об'єкт повідомлення, що в повній мірі сприяє діджиталізації повсякденного існування. 7) Максимальну частку даних особистість сприймає, насамперед, словесно, тому netspeak у даному процесі представляє одну з основних ролей, оскільки суспільство все без винятку більше полюбляє взаємодію і Інтернеті. Крім того, мовний рівень вважається елементом єдиної культури особистості. Спрямованість до прискорення темпів формування визначена змінами людського мислення й спілкування. Економія часу на взаємодію активізує процеси, які сприяють лаконічності формулювання значення висловлювання, те що стає чинником вилучення неінформативних сленгових компонентів, збільшується інформативна лаконічність висловлювання, в такий спосіб, прискорюється швидкість спілкування. Зокрема є спрямованість до економії старань для самого спілкування, що актуалізується шляхом компресії мовних одиниць. Окремо, сучасні користувачі мережі Інтернет активно застосовують нові комунікативні одиниці – образи, знаки, піктограми, що регулярно поповнюються, через мінливість netspeak. Інтернет-взаємодія нинішнього покоління має відмінності від загальновизнаного множинними порушеннями нормативної граматики нинішнього британського письменницького стилю.

Нами були досліджені типи сленгових одиниць на основі теорії К. Аллана та К. Берріджа та з'ясовано, що домінуючою функцією інтернет-сленгу є створення дружньої атмосфери, тоді як найпоширенішою причиною появи сленгу є бажання відповідати модним тенденціям. Онлайн-спілкування передбачає використання коротких повідомлень та «швидких» повідомлень, які сприяють метаморфозам культури та формуванню кліпової свідомості у представників сучасного покоління. Тому, розгляд цього важливого кола питань, визначення шляхів вирішення, поінформування та запровадження обов'язкових дисциплін грамотності в школах та університетах, допоможе подолати нагальні проблеми культурної деградації в сучасному суспільстві.

8) Інтернет-сленг – культурний, технологічний і соціальний продукт, який активно використовують представники всіх груп людей. Завдяки сленгу мова постійно оновлюється та розширюється, з'являються нові значення відомих понять, які полегшують спілкування, а головне вдосконалюють мову, роблять її більш вільною та гнучкою. Проте надмірне використання netspeak в онлайн-комунікації та в реальності може негативно вплинути на культуру, заплутати мову та обмежити процес мислення молодих поколінь. Інтернет-сленг – це соціологічний, а не суто лінгвістичний феномен, який використовується для позначення соціальних відмінностей. Використання специфічних експресивних слів забезпечує позитивне сприйняття інтернет-спілкування як веселого, сучасного та швидкого способу обміну інформацією та передачі емоційних станів.

Англійський сленг проникає не лише в загальний словниковий шар англомовних користувачів, а й у загальний словниковий шар українців. У нашому дослідженні ми виявили основні причини проникнення англійського сленгу в український, визначили джерела українського інтернет-сленгу та проілюстрували формування українських інтернет-соціальних діалектів. Статистика, отримана в результаті опитувань молоді, свідчить про посилення впливу сучасності на мислення, культуру та спілкування наряду з технологічним процесом. Молоді користувачі Інтернету активно

використовують netspeak у своєму повсякденному спілкуванні не лише онлайн, а й у реальному житті. Так, 55% респондентів вживають онлайн-сленг час від часу, а 16% – часто. Зокрема, більшість респондентів (тобто 65%) не уявляють життя без соціальних мереж, що може призвести до негативних змін у культурі та обмежити спілкування в реальному часі. Більшість респондентів (55%) вважають, що сленг допомагає легше висловлюватися. Окремо, 42% респондентів вважають, що інтернет-сленг є трендом. Можна сказати, що використання мовних одиниць в онлайн-комунікації є новим явищем, яке розвинулося з глобалізацією та цифровізацією суспільства. З унікальними семантичними, структурно-семантичними та граматичними відхиленнями. Netspeak прагне створити новий тип онлайн-комунікації, результатом якого часто є зміщення усталених норм лінгвокультурного простору та свідомості сучасної людини. Використання сленгу має бути доречним і стриманим, тобто вживатися «в потрібному місці і в потрібний час». Проте розуміння сленгу як привілею соціального класу та певної вікової групи наразі не відповідає тенденціям та цінностям суспільства. Варто згадати слова дослідниці українського інтернет-сленгу Л. Ставицької: «Трохи українського сленгу по всьому українському архіпелагу одного дня перетвориться з мільярда бульбашок на кристалізацію слів... Тільки так можна сподіватися, що відбудеться зворотній процес: суспільство побачить у дзеркалі власну мову (часто вже літературну, естетизовану) і стане говорити нею впевненіше й голосніше». Результати дослідження допоможуть визначити вплив інтернет-сленгу на сучасну соціальну культуру, сильні та слабкі сторони мовних характеристик користувачів Інтернету. Зокрема, нашою роботою було сформовано дослідницький апарат інтернет-сленгу та розпочато укладання єдиного англо-українського словника мережеских одиниць.

ВИСНОВКИ

Підбиваючи підсумки магістерської роботи, варто зазначити, що всі основні цілі були досягнуті, і задачі були виконані. Було розкрито поняття “сленг”, визначено голові функції сленгу, було зображено використання сленгу на прикладі телепередач, був здійснений порівняльний аналіз англійського сленгу з американським, а також були чітко структуровані основні особливості функціонування сленгової лексики у інтернет мережі.

Спочатку було дано визначення поняттю сленг, як інтержаргонне явище; особливості мовлення чималих верств носіїв мови, пов’язаних не лише груповою, корпоративною спільністю, а й просторовою, наближаючись до просторіччя. Також було розглянуто інші визначення сленгу дані Л.О Ставицької, що це практично відкрита мовна підсистема ненормативних, стилістично зниженої лексики фразеологічних одиниць, які виконують експресивну, оціночну (зазвичай негативну) та евфемістичну функції. як нестандартна лексика, яку розуміє та використовує вся нація який іноді описують як мову субкультур або мову вулиць. Єфімовой Л.П. , сленг - це нестандартна лексика, яку розуміє та використовує вся нація. Зображено, що деякі форми сленгу змінюються дуже швидко, з різних причин та виявлено

різновиди жаргону такі як: професійний жаргон, арготичний (кримінальний жаргон або арго), жаргон певної сфери діяльності, жаргон соціального статусу, віковий жаргон. Також було розглянуто ще один тип класифікації, який пропонував розділ сленгу відповідно до сфери використання на загальний та спеціальний сленг. Визначено основні особливості сленгу, його експресивне навантаження. Окрім того, висвітлено як всесвітня павутина та соціальні мережі відіграють ключову роль в нашому повсякденному житті, а саме в засобах міжкультурної комунікації. Завдяки можливостям Інтернету ми на зв'язку із суспільством. Завдяки таким платформам як Facebook чи Instagram є можливість комунікувати зі світом, виражати себе та свої емоції, будувати бізнес та кар'єру, навчатись, розвивати себе як особистість тощо. Інтернет, попри всі свої переваги, має і негативний вплив, що проявляється в різного роду залежностях, фейках чи у хвилях негативних емоцій, які ширяться просторами Всесвітньої павутини.

Було розглянуто один з випусків новин, в якому зображене використання сленгу ціленаправленого на підліткову аудиторію. Внаслідок цього виявлено основну мету вживання сленгу – задля привернення уваги та підтримання високої кількості постійної аудиторії й був доданий графік в якому зазначено, що в телепередачі на MTV “Sucker Free” 45% вмісту для доросли, а також 29% використання сленгу. Виявлено також функції сленгу, основною з яких це є забезпечення психологічних умов для кращого сприйняття інформації глядачеві. Зазначено важливість симпатії глядачів, сформовані телекомпаніями.

З'ясовано, що використання використання молодіжного сленгу на просторах телебачення, можна умовно поділити на дві основні групи: “розмовляють на сленгу” і “використовують сленг як експресивний засіб”. Перші ставлять собі за мету спілкуватися з аудиторією на її мові при цьому автори намагаються навіть розповсюдити використання жаргону.

Використовуючи: суперечливість мови, другі використовують сленгізми не часто, лише задля виразного прийому. Було опрацьовано їхню загальну стилістику текстів в яких частка сленгізмів невисока. Було опрацьовано близько 100 сленгових одиниць.

Також було розглянуто використання сленгів на прикладі англійських й американських розвжальних токшоу, а саме епізодів 2019-2020 років. Виділені окремі слова й зображене їх значення. В ході проведення зіставного аналізу виявлено використання однакових слів, таке як “yeah”, що неодноразово вживалось як в британському так і в американському ток шоу. Крім того виявлено й різні значення, одних й тих же слів, що являють сленгом для обох мов.

Проведено дослідження за допомогою різноманітних лексичних елементів, що сприяють відокремленню представників певної соціальної групи від інших і разом з тим поєднує їх у свою нову групу. Мова є потужним засобом регулювання діяльності людей у різних сферах. Мова молоді ж являється мало чи не найважливішим аспектом розмовної мови. Береговська охарактеризувала молодіжний сленг як найцікавіше явище, існування якого обмежене не лише певними віковими рамками, але і соціальними, часовими та просторовими. Можна також зауважити, що мова молоді є паролем для всіх учасників референтної групи, що цілком може називатись прихованою «таємною» мовою, яку постійно вживає молодь. Інтернет теж відіграв свою ключову і незамінну роль у появі і розвитку сленгу, різних абривіатур та скорочень. На прикладі романо-германських мов було наведено ряд таких абривіатур, які стали мега-популярними в писемному спілкуванні молоді

Граматика мови піддається постійній зміні через потребу в економії часу, що сприяє появі нових коротших способів вираження думки, що і є процесом семантичної трансформації лінгвокультурних сталих виразів. Така трансформація поділяється на багато типів в залежності від сфери діяльності

людини. Наведені також приклади одиниць мережево сленгу, що вважаються найпопулярнішими в повсякденному неформальному онлайн-спілкуванні. Пояснюється також як емоційність сленгу відтворюється за допомогою формування okazionalizmів та neologizmів.

Норми сленгу не збігаються з нормами літературної мови, адже вони не є обов'язковими чи загальноприйнятими. Але якраз сленг у поєднанні із літературною мовою, діалектами, жаргонами тощо, утворюють національну мову, що є сукупністю стилів. Зважаючи на факт, що засобом духовної культури є мова, вона потребує постійного збагачення лексичними засобами, тобто розвитку та еволюції. Існує безліч суперечок на рахунок «омертвіння мови» до чого призводить відхилення від літературних норм, тобто сленг. Тому можна зробити висновок, що надмірне використання лексики низького стилю перешкоджає інтелектуальному розвитку особистості. Наведено ряд сленгізмів, які вирізняються експресивністю, жартівливістю та можуть вживатись у соціальних групах осіб. Було розглянуто сленг як маркер трансформації особистості в інтернет мережі. Було з'ясовано, що сучасні трансформаційні процеси в англійській та американській культурах спровокували якісні зміни в мовній культурі мережевого сленгу. Були наведено чітка тенденція компресії слова за допомогою складового скорочення. Чи не менш важливим також виявилось опитування проведе серед студентів та школярів з метою визначити масштабу впливу сленгової мови на суспільство. Описана класифікація мережевого та два його види. Проаналізовано вибірку та виокремлено 7 функцій мережевих сленгізмів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексєєва І. С. Професійний тренінг перекладача / І. С. Алексєєва. – 2001. – 240 с.
2. Богданов А. В. Лінгвокультурні характеристики афроамериканського реп-дискурсу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук / Богданов А. В. – М, 2007. – 26 с.
3. Бєлянін В. Жива мова / В. Бєлянін, І. Бутенко., 2000. – 192 с.
4. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов / Л. Г. Верба. – Вінниця, 2003. – 184 с.
5. Гальперін, І.Р. Про термін «сленг» / І. Р. Гальперін. - М .: Наука, 2015. – 107 с.
6. Заботкина, В.І. Нова лексика сучасної англійської мови / В.І. Заботкина. - М .: Вища школа, 2015. – 250 с.
7. Єфімов Л. П. Стилїстика англійської мови і дискурсивний аналіз / Л. П. Єфімов, О. А. Ясінецька. – Вінниця, 2004. – 240 с.
8. Каташинська І. В. Віртуальна освіта і формування духовних і пізнавальних орієнтирів особистості. Духовність особистості: методологія, теорія і практика [Електронний ресурс] / І. В. Каташинська //

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – 2016.
– Режим доступу до ресурсу: <https://core.ac.uk/download/pdf/84593954.pdf>.

9. Колесніков А.А. Мова представників хіп-хоп культури: від соціолекту до дискурсу. Вчені записки Національного товариства прикладної лінгвістики / А.А. Колесніков. - М, 2013. – С. 60-66.

10. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу / Т. М. Кондратюк – Харків, 2006. – С. 350.

11. Котлярова В. В. Трансформація мови у просторі Інтернет-комунікацій. Історичні, філософські, політичні та юридичні науки, культурологія та мистецтвознавство. Питання теорії та практики / В. В. Котлярова, Е. Л. Куцова, 2017. – С. 128–130.

12. Кухаренко В. А. Практикум з стилістики англійської мови / В. А. Кухаренко. – Вінниця, 2000. – 160 с. – (2).

13. Ліпатов О. Т. Сленг як проблема соціолінгвістики / О. Т. Ліпатов., 2010. – 318 с.

14. Лихачов Д. С. Арготичні слова професійного мовлення. Статті ранніх років / Д. С. Лихачов – Твер, 2004. – С. 95–138.

15. Лукашанець Є. Г. Варіативність як специфічна риса онлайн словників сленгу та розмовної лексики. Запитання лексикографії. / Є. Г. Лукашанець., 2014. – 16 с. – (вип. 1).

16. Маковський М. М. Мовна сутність сучасного англійського сленгу / М. М. Маковський. – Вінниця, 2000. – 160 с.

17. Мартос С. А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? Вивчаємо українську мову та літературу / С. А. Мартос, 2004. – С. 12–15.

18. Матвійчук М. І. Особливості комп'ютерного сленгу: вживання, формування, переклад. Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ, Серія

«Філологія, педагогіка, психологія» / М. І. Матвійчук, 2011. – (Вип. 24). – С. 97–101.

19. Митрофанов О. В. Молодіжний сленг / О. В. Митрофанов, Т. Г. Нікітіна., 2005. – 201 с.

20. Наumenко Л. М. Функціонування молодіжного сленгу як реалії сьогодення. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка / Л. М. Наumenко, 2013. – (Серія «Філологічні науки»; вип. 34). – С. 227–230.

21. Нестеренко Ю. В. Молодіжний сленг як засіб вербалізації явищ буття англіїців. Держава та регіони / Ю. В. Нестеренко, 2016. – (Серія «Гуманітарні науки»; вип. 3). – С. 44–47.

22. Матюшенко, В. С. Словник англійського сленгу. Особливості вживання сленгу в Північній Америці, Великобританії та Австралії / В.С. Матюшенко. - М.: Наука, 2012. – С. 177с.

23. Палій В. В. Англійський молодіжний сленг в інтернет комунікації: Перекладацькі інновації: матеріали XI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми / В. В. Палій – Суми: Сумський державний університет, 2021. – С. 28–30.

24. Палій В. В. The 7th International scientific and practical conference “World science: problems, prospects and innovations” / В. В. Палій, Ю. М. Плетенецька – Toronto, Canada: Perfect Publishing, 2021. – С. 683–687.

25. Руденко М. Ю. Дослідження аргю, жаргону та сленгу: питання термінології. [Електронний ресурс] / М. Ю. Руденко – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-argo-zhargona-i-slenga-voprosy-terminologii/viewer>

26. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика – напрями та проблеми / О. О. Селіванова. – Полтава, 2008. – 712 с.

27. Садреєв Д. Т. Молодіжний сленг у сучасній англійській мові. / Д. Т. Садреєв, 2016. – С. 66–68.
28. Соловйова Т. О. До проблеми сленгу. Збірник статей «Питання лексикології англійської, німецької та французької». / Т. О. Соловйова, 2001. – (№ 4). – С. 117–126.
29. Соловйова Т. О. До проблеми сленгу. Збірник статей «Питання лексикології англійської, німецької та французької». / Т. О. Соловйова, 2001. – (№ 4). – С. 120.
30. Ставицька Л. О. Український жаргон / Л. О. Ставицька., 2005. – 494 с.
31. Ставицька Л. О. Короткий словник жаргонної лексики української мови / Л. О. Ставицька. – Київ, 2005. – 37 с.
32. Ставицька Л. О. Проблеми вивчення жаргонної лексики: Соціолінгвістичний аспект. Українська мова / Л. О. Ставицька – Київ, 2000. – (№ 1). – С. 55–69.
33. Ставицька Л. О. Український жаргон. Словник: Містить близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень. / Л. О. Ставицька – Київ: Критика, 2005. – С. 496.
34. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг / Л. О. Ставицька. – Київ: Часопис «Критика», 2005. – 462 с.
35. Ставицька Л. О. Проблеми вивчення жаргонної лексики: Соціолінгвістичний аспект. Українська мова. / Л. О. Ставицька, 2000. – (№ 1). – С. 55–69.
36. Ставицька Л. О. Українська мова без табу / Л. О. Ставицька. – Київ: Критика, 2008. – 132 с.
37. Стрига Е. В. Комп'ютерний сленг у сучасній англійській мові: походження та функціонування. Записки з Романо-Германської Філології. / Е. В. Стрига – Київ, 2014. – С. 186–191.

38. Ткачівська М. Р. Молодіжний сленг і його класифікації. / М. Р. Ткачівська – Одеса: Одеський лінгвістичний вісник, 2015. – (2; № 6). – С. 114–118.
39. Тодорів Л. Д. Молодіжна субкультура як дискурсивний простір конструювання інтерпретаційних схем особистості. Постнекласичні ракурси персонологічного методологування у психології. Психологія особистості. / Л. Д. Тодорів – Київ, 2011. – (№ 1). – С. 21–28.
40. Уорф Б. Л. Відношення норм поведінки та мислення до мови. Мови як образ світу / Б. Л. Уорф, 2003. – С. 157–201.
41. Швейцер А. Д. Сучасна соціолінгвістика. Теорія, проблеми, методи / А. Д. Швейцер. - М.: Либроком, 2012. – 176 с.
42. Шевченко Г. П. Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля / Г. П. Шевченко. – Луганськ, 2005. – 104 с. – (10). – (кн. 4).
43. Шумейко А. Сучасний український сленг: конотативний аналіз. Дивослово. / А. Шумейко – Київ, 2011. – С. 31–34.
44. Щур І. І. Українськомовний комп'ютерний сленг: формування і функціонування: автореф. дис. канд. філол. наук за спеціальністю 10.02.01 — українська мова. / І. І. Щур. – Київ, 2006. – 20 с.
45. Щур І. І. Особливості комп'ютерного жаргону. Рідна школа. / І. І. Щур. – Київ, 2001. – 10 с. – (№ 3).
46. Bruke C. S. YouTube: An Innovative Learning Resource for College Health Education Courses / C. S. Bruke, L. S. Snyder. // International Electronic Journal of Health Education. – 2008. – №11. – p. 1–8.
47. Burrige K. For the Love of Language: An Introduction to Linguistics / K. Burrige, N. Stebbins. – Cambridge: Cambridge University Press, 2016. – 256 p.
48. Concise Oxford dictionary, 2006. – 1696 p. – (11).
49. Eskasasnanda D. P. Causes and Effects of Online Video Game Playing among

Junior-Senior High School Students in Malang East Java / Eskasasnanda Deva Putu — Indonesia, 2017.

50. Farmer J. S. Slang and its Analogues. Past and Present. A Dictionary, Historical and Comparative, of the Heterodox Speech of All Classes of Society for more than Three Hundred Years. With Synonyms in English, French, German, Italian, etc. / John S. Farmer. – London: Kraus Reprint Corporation, 2004. – 405 p.

51. Flexner S. B. Dictionary of American Slang. / S. B. Flexner. – New York: Cromwell Co. New York.. – 290 p.

52. Holmes J. An introduction to sociolinguistics (2nd ed.) / J. Holmes. – London: Longman, 2001. – 406 p.

53. Liaw J. Language usage of jargon and slang in strategic studies. Australian Journal of Basic and Applied Sciences / J. Liaw, N. Dani, A. Johari. – Australia, 2013. – 666 p.

54. Merriam-Webster [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.merriam-webster.com/>.

55. Meyerhoff M. Introducing sociolinguistics. London and New York. / M. Meyerhoff. – New York: Routledge, 2006. – 400 p.

56. Parents Television council. The rap on rap. [Электронный ресурс] // 2008 – Режим доступа до ресурсу: <http://www.parentstv.com/PTC/publications/reports/RapStudy/RapStudy.pdf>.

57. Partridge E. The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English. / E. Partridge., 2008. – 707 p.

58. Pavle I. Dialectology and linguistic geography Dialect geography. Britannica. [Электронный ресурс] / Ivić Pavle – Режим доступа до ресурсу: <https://www.britannica.com/science/linguistics/Dialectology-and-linguistic-geography>.

59. Pedersen T. The Use of Slang in British English. The University of Kalmar. [Электронный ресурс] / Tim Pedersen. – 2007. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:234593/fulltext01.pdf>.
60. Petrova Y. A. Slang as a style of expression and reflection of language in certain social subgroups and subcultures. Economic and Humanitarian Studies of the Regions. / Y. A. Petrova, I. F. Kisel. – Rostov-on-Don, 2019. – 145 с. – (3).
61. Rubijesmin A. L. Impact of online games among undergraduate students. In Proceedings of the 6th International Conference on Computing A Informatics / Rubijesmin Abdul Latif – Kuala Lumpur, 2017.
62. Saputra L. An Analysis of Slang Words Used By Instagram Account Plesbol [Электронный ресурс] / L. Saputra, L. Marlina. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/ell/article/view/105802/102305>.
63. Sholeh E. A. Study Of Jargon Used By The Community Of Dota Gamers In University Of Muhammadiyah. / E. A. Sholeh. – Malang: University of Muhammadiyah Malang, 2015. – 97p.
64. Stenström A. Trends in teenage talk. Corpus complication, analysis and findings / A. Stenström, A. Gisle, K. Ingrid. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2002. – 229 p.
65. Spears R. A. NTC's Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions / R. A. Spears. – New York, 2000.
66. Trimastuti W. An Analysis of Slang Words Used in Social Media. Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran / Trimastuti Wahyu – Ponorogo, 2017.
67. Urban Dictionary [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.urbandictionary.com/>.
68. Webster's Unabridged Dictionary of the English Language/ N.Y.: Random House, Inc., 2001. 2262 p.

69. WTOL Newsroom. TPS TESTING. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=li9u7GWKh-s>.