

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет іноземних мов**

**Кафедра англійської мови з методикою викладання**

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)                      (прізвище, ініціали)  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Реєстраційний № \_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ АСПЕКТИ АНГЛОМОВНОГО  
МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ**

Кваліфікаційна робота студентки групи  
АЗЛм-22

ступінь вищої освіти: магістр  
спеціальності: 014.021 Середня освіта  
(Англійська мова і література)  
Лохач Аліни Олександрівни

Керівник: кандидат філологічних наук,  
доцент  
Гарлицька Т. С.

Оцінка:

Національна шкала \_\_\_\_\_

Шкала ECTS \_\_\_\_\_ Кількість балів \_\_\_\_\_

Голова ЕК \_\_\_\_\_  
(підпис)                      (прізвище, ініціали)

Члени ЕК \_\_\_\_\_  
(підпис)                      (прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис)                      (прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис)                      (прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис)                      (прізвище, ініціали)

## ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Лохач Аліна Олександрівна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. ФЕНОМЕН СЛЕНГУ ЯК ЛІНГВІСТИЧНОГО ЯВИЩА .....	7
1.1. Сленг як об'єкт лінгвістичного дослідження .....	7
1.2. Джерела та причини вживання сленгу у сучасній англійській мові.....	12
1.3. Основні ознаки молодіжного сленгу .....	18
Висновки до розділу 1 .....	23
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ .....	25
2.1. Структурно-семантичні особливості молодіжних сленгових одиниць	25
2.2. Функціональна спрямованість молодіжного сленгу .....	42
2.3. Практична реалізація результатів роботи у школі .....	51
Висновки до розділу 2 .....	56
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	61
ДОДАТОК А .....	69
ДОДАТОК Б .....	

## ВСТУП

Людське суспільство постійно розвивається, і мова, якою розмовляють його представники, невинно змінюється одночасно з ним. Оскільки мова є соціальним феноменом, спрямованим на комунікацію, вона є невід'ємною частиною людства.

Мова – це поняття не статичне, а динамічне. Прогрес, який відбувається в техніці, промисловості та інших царинах людської діяльності так чи інакше відбивається в мовленні кожної людини через введення в мову нових слів і виразів та витіснення застарілих лексичних одиниць. У сучасному суспільстві мова розглядається як потужний інструмент регулювання людських відносин у різних сферах.

У мовознавстві мова молоді часто асоціюється з терміном «сленг». Сленг, будучи частиною мови та мовлення, відтворює лінгвокультурні аспекти суспільства, яке ним користується. За допомогою сленгу ми маємо змогу експресивно виразити власні думки, погляди, переживання та показати свою приналежність до певної соціальної, вікової, професійної групи або спільноти. Сленг – явище, що притаманне кожній живій мові та ознака постійного і безперервного розвитку.

У сучасному мовознавстві існують різні підходи до етимології та тлумачення терміну «сленг». Немало науковців прагнуть осягнути причини утворення, вживання та відмирання сленгових одиниць. Але вчені, як зарубіжні, так і вітчизняні, ще не дійшли консенсусу у цих питаннях.

Проблему сленгу вивчали та досліджували такі лінгвісти як Г. Менкен, Е. Партрідж, Р. Спіерс, Т. Торн, У. Потятинник, Л. Славінська, І. Щур, П. Грабовий та багато інших.

**Актуальність дослідження:** у зв'язку з тотальною демократизацією суспільства, суспільними зрушеннями та соціально-політичними змінами в останні десятиріччя простежується посилення ролі маргінальних елементів у мові, що виявляється в розхитуванні мовної норми, проникненні

ненормативних одиниць в інші функціональні стилі мови, зокрема публіцистичний, інформаційний, художній. Тому основна увага дослідників зосереджується на стилістично забарвлених, експресивних засобах, до яких належить молодіжний сленг.

**Метою дослідження** є визначення лексико-семантичних, словотвірних і функціональних характеристик англomовного молодіжного сленгу.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

- 1) встановити підходи до визначення поняття «сленг» у вітчизняній та зарубіжній лінгвістиці;
- 2) розглянути місце молодіжного сленгу в лексичній системі англійської мови;
- 3) з'ясувати основні причини вживання сленгу в мовленні молодого покоління.;
- 4) описати різноманітні тематичні групи сленгізмів;
- 5) дослідити способи словотворення сленгових одиниць;
- 6) визначити функціональне призначення сучасного молодіжного сленгу.

**Об'єктом дослідження** є англomовний молодіжний сленг.

**Предмет дослідження**: лексико-семантичні, структурні та функціональні особливості англomовного молодіжного сленгу.

**Матеріалом дослідження** є словники сучасного сленгу, тексти мовлення ЗМІ та художньої літератури.

**Методи дослідження**: описовий, структурного аналізу, метод узагальнення та систематизації досліджуваного матеріалу та отриманих результатів.

**Практичне значення роботи** визначається можливістю подальшого використання результатів дослідження під час вивчення одиниць молодіжного сленгу на заняттях з лексикології, стилістики, практичного курсу англійської мови.

**Апробація роботи.** Результати кваліфікаційної роботи пройшли апробацію у вигляді тез «Лексико-семантичні особливості англомовного молодіжного сленгу», надрукованих у збірнику «Сучасні філологічні і методичні студії : проблематика і перспективи», 2023 рік.

Структура роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи складає 77 сторінок, із них 60 сторінок основного тексту.

## РОЗДІЛ I. ФЕНОМЕН СЛЕНГУ ЯК ЛІНГВІСТИЧНОГО ЯВИЩА

### 1.1. Сленг як об'єкт лінгвістичного дослідження

Сленг – одне з найбільш цікавих явищ сучасної лінгвістичної науки, він посідає значне місце в сучасному комунікативному просторі і використовується людьми різного віку та професій [29, с. 375].

На сучасному етапі розвитку мови неможливо достеменно відстежити походження терміну «сленг». Проблематика сленгу є предметом постійних наукових пошуків та диспутів. Поняття сленгу здобуває все більше уваги сучасних дослідників. Різні аспекти сленгу вивчалися в працях як вітчизняних, так і зарубіжних лінгвістів. Серед них: Г. Менкен, Е. Партрідж, Р. Спіерс, Т. Торн, У. Потятинник, Л. Славінська, І. Щур, П. Грабовий.

А. Ліberman, дослідивши Оксфордський словник англійської мови (англ. Oxford English Dictionary) під редакцією Дж. Мюррея, зустрів наступні визначення слова «сленг» – від іменника *slang*, що походить з Північної Англії «вузька смуга землі, що проходить між іншими більшими ділянками землі»; дієслово скандинавського походження *slanger*, що означає «затриматися, йти повільно», є дуже схожим на норвезьке *slenge* «звисати, перекидатися, розгойдуватися, бовтатися», датське *slænge* «кидати, перекидати; махати руками тощо». Їх спільною рисою є наступне значення – «вільне переміщення в будь-якому напрямку»; похідні від датських та норвезьких іменників (*slænget*, *slenget*) означають «банда, група». Отже, дослідник порівнює давньоскандинавські *slangi* (англ. «tramp») та *slangr* (англ. «going astray», speaking of sheep).

Дослідник зазначає: «нерідко місце, призначене для певної групи, і тих, хто там живе, асоціюють з мовою цієї групи. Тож, можливо прослідкувати наступну еволюцію цього терміну – від території до тих, хто рекламує та продає свої товари на цій території до соціального жаргону, що

використовується в рекламі товарів, і до вульгарної лексики (згодом до будь-якого неформального способу вираження)» [51].

Як серед вітчизняних, так і серед зарубіжних дослідників відсутнє єдине трактування поняття «сленг». Автори словника «The Oxford Dictionary of Modern Slang» Дж. Ейто та Дж. Сімпсон у передмові виділяють 3 етапи еволюції семантики сленгу:

- 1) особлива лексика, вживана будь-якою групою осіб-маргіналів (середина XVIII століття);
- 2) спеціальна лексика або фразеологія певного роду занять чи професії (друга половина XVIII століття);
- 3) здебільшого розмовна субстандартна мова, яка складається з нових та вже відомих слів, ужитих в особливому значенні (початок XIX століття) [39, с. V (Intro)].

Г. Менкен зазначив, що «більшість існуючих дискусій про сленг присвячені спробам його визначення, і, зокрема, намаганням відрізнити його від ідіоматичних неологізмів. Ці зусилля багато в чому марні, адже межа надто нечітка, щоб мати можливість дати однозначне тлумачення цьому терміну». Він також стверджує, що «сленг – категорія загального поширення, що перебуває за межами загальноприйнятих мовних норм». Г. Менкен, досліджуючи еволюцію сленгу, намагався визначити закономірності, згідно з якими «тривалість життя» одних сленгових одиниць визначається століттями, інші ж «безслідно гинуть, ледь з'явившись на світ» [56, с. 152].

О. Єсперсен стверджує, що «сленг – це форма мовлення, яка зобов'язана своїм походженням бажанням людини відхилитися від звичайної мови, нав'язаної нам суспільством. Сленг – це свого роду результат властивого людині бажання розважитися та потребує постійного оновлення» [48, с. 301].

І. Аллен визначає сленг наступним чином: «Сленг — це неформальний реєстр мови, який не відрізняється від стандартного вживання. Він має свої нечіткі кордони з іншими рівнями мови такими, як:



колоквіалізми, груповий арго, регіональні, класові та етнічні діалекти. Загальний сленг — це переважно слова та фрази, які вийшли за кордони своєї субкультурної групи та знайшли місце у слововживанні більш широкої групи населення. Сленг виникає в множинних структурах суспільства і в подальшому допомагає зберегти та видозмінити соціальну різноманітність» [37].

Дубенко Д. та Данилюк І. вважають, що сленг – міський соціальний діалект, який виник із арго різних замкнених груп як емоційно забарвлена лексика фамільярного стилю, поширена серед соціальних низів і певних вікових груп. Як порівняти сленг з арго й жаргоном, останній має більш помітну соціально-групову спрямованість. Арго – умовна говірка певної соціальної групи з набором слів, незрозумілих для невластивих у справи цієї групи. Сленг зазнає постійних змін, що робить його «гнучким» [13, с. 34].

Відома дослідниця українського сленгу І. Щур узагальнила погляди лінгвістів на поняття сленгу наступним чином: це 1) нелітературна (інтердіалектна, напівдіалектна, неформальна, субстандартна, професійна) лексика, тобто та, яка є за межами літературної мови; 2) явище переважно усного розмовного мовлення; 3) це фамільярний стиль мови в певній галузі; 4) розмовний варіант професійного мовлення; жаргон; 5) це групова говірка; 6) варіант лексичних норм; 7) нелітературна / субстандартна емоційно забарвлена лексика; 8) сленг характеризується прозорістю своїх меж, здатністю приймати і пропускати крізь себе величезну кількість мовних одиниць, збагачуючи тим самим словниковий склад мови новими експресивно забарвленими лексемами, незвичайними в плані семантики і комбінаторики.

Спираючись на погляди інших мовознавців та дослідників сленгізмів, науковиця сформувала таке визначення сленгу: це нелітературна лексика, характерна переважно для розмовного мовлення представників певної професії, галузі діяльності, соціальної групи, територіальної області тощо,

яка має емоціональне забарвлення і належить до фамільярного стилю [36].

Весь обсяг сленгу можна поділити на:

- a) загальний сленг – відносно стійкий, досить поширений і загальнозрозумілий шар лексики та фразеології в середовищі живого розмовного мовлення;
- b) спеціальний сленг – професійний жаргон та мову певних соціальних прошарків [9, с. 38].

Такий поділ підтримує і українська лінгвістка Л. Ставицька. На думку дослідниці «загальний сленг – це відносно стійкий для певного періоду, широко поширений і загальнозрозумілий шар лексики та фразеології в середовищі живого розмовного мовлення, вельми неоднорідний за своїм генетичним складом і ступенем наближення до літературної мови, що має яскраво виражений експресивно-оцінний характер» [30, с. 43-44].

Загальний сленг, або просто сленг, знайшов широке розповсюдження і став зрозумілим для всіх соціальних верств населення, не викликаючи при цьому складності у тлумаченні і розумінні семантичного наповнення відповідних лексичних одиниць; він має яскраво виражений емоційно-оцінний характер з домінуванням експресивної функції над номінативною, що має на меті лише називати предмети чи явища, для чого покликана саме нейтральна лексика; загальний сленг відносно стійкий для визначеного періоду, хоча сленгізми і переходять легко в колоквиалізми, а також зникають з вжитку; цей різновид сленгу є неоднорідним по своєму генетичному складу, оскільки його формують різноманітні джерела (жаргони, арго, професіоналізми, варваризми тощо); він є неоднорідним за ступенем наближення до фамільярно-розмовної мови, хоча в цілому він протистоїть їй як компонент просторіччя; загальний сленг іноді має фонетичні, морфологічні та синтаксичні особливості; він відрізняється генетично та функціонально від спеціального сленгу (арго, жаргону) [33, с. 110].

Щодо спеціального сленгу, прийнято говорити про такі його різновиди: груповий (або корпоративний) та професійний. Професійний у свою чергу поділяється на військовий, медичний, музичний, спортивний, морський, космічний тощо. Груповий (або корпоративний) сленг має такі різновиди як університетський, шкільний, підлітковий, кримінальний та інші [2].

Варто зазначити, що слово «сленг» нерідко використовують як синонім до слова «жаргон» чи «арго». На необхідності диференціації сленгу, жаргону й арго наполягає Л. Ставицька, яка стверджує, що «сленг включає до свого складу арго, групові та інші соціальні жаргонізми, некодифіковану розмовну мову, вульгаризми, неологізми, іншомовні запозичення, територіальні діалектизми» [30, с. 42].

Як стверджує М. Руденко, у ХХ ст. вважалося, що жаргон породжується соціально-психологічною спільністю його носіїв – зазвичай молодих людей, яким притаманні «емоційна надмірність», максималізм, своє уявлення щодо життєвих цінностей, норми поведінки, свій особливий стиль і манери (зовнішній вигляд, одяг, жести), почуття солідарності й «групового духу» [28, с. 130].

Однак у ХХІ ст. жаргон помітно трансформується, виявляє неабиякі динамічні можливості, у зв'язку з чим за короткий відтинок часу змінив свої основні ознаки, властивості і функції. Сьогоднішня жаргонова стихія вирізняється низкою ознак-характеристик: 1) жаргон вийшов за рамки окремих груп, розширив своє побутування; 2) відійшли в минуле функції арго кодування / утаємничення. Новітні мовні засоби жаргону передусім призначені для виконання номінативно-ідентифікаційної функції; 3) жаргонові елементи (засоби) мають велику рухливість, відкритість; 4) жаргоносфера є полігоном для випробування нових одиниць, які часто переходять до літературної мови; 5) жаргон охоплює важливі мовно-тематичні пласти, використовує різнорівневі засоби творення (семантичні метаморфози, фонетичні деформації, словотворчі ресурси, синтаксичні можливості) [31, с. 72].

Однак, варто зазначити, що термін «жаргон» є більш характерним для вітчизняної лінгвістики. Оскільки ця робота присвячена англійській мові, нам слід використовувати термін «сленг», який є притаманним для зарубіжного мовознавства.

## 1.2. Джерела та причини вживання сленгу у сучасній англійській мові

Роль сленгу неухильно зростає, оскільки сленгізмам притаманний інноваційний потенціал, що привертає до себе особливу увагу, навіть якщо ці лексичні одиниці є елементами контркультури. Сучасний англомовний сленг становить 10–20% словника середнього американця. Він характерний мовленню у Великій Британії, Австралії, Канаді. Сленг використовують не тільки у мовленні представників різноманітних верств населення, а й у художній літературі, у засобах масової інформації: газетах, журналах, телебаченні, а також на сцені, і навіть у рекламі [10, с. 22].

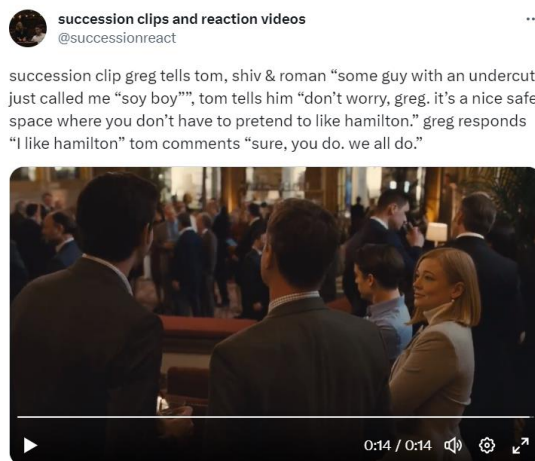
Незважаючи на те, що сленг є мовленнєвим явищем і використовується в основному в розмовній англійській мові в окремих специфічних узусах, він знайшов своє місце у кінострічках (переважно в діалогах персонажів, що відносяться до відповідних соціальних і професійних прошарків суспільства). Пісні сучасних виконавців різних музичних трендів, зокрема поп, рок, реп та ін., що є формою вираження різноманітних субкультур, – також, з одного боку хороший засіб для поширення сленгу, а з іншого боку, хороший матеріал для вивчення сленгу [20, с. 82].

У міжнародній маркетинговій кампанії “Share a Coke” бренд Coca-Cola окрім персоналізованих пляшок із найпоширенішими іменами людей у тій, чи іншій країні, використав популярні сленгові слова і вирази. Наприклад: *BFF* – найкращий друг/подруга; *old mate* – давній товариш; *bro* – брат/товариш/приятель; *sis* – сестра/подруга; *squad* – друзі.



**Рис. 1.1. Використання сленгу у маркетинговій кампанії “Share a Coke” бренду Coca-Cola**

Досить часто сценаристи, які працюють над фільмами та серіалами, додають у діалоги персонажів актуальні сленгові слова та вирази, щоб зробити мову героїв більш динамічною і наближеною до реального життя. На час зйомок серіалу мережею Інтернет ширилося сленгове словосполучення *soy boy* (хлопець або чоловік, який фактично не має жодних традиційних чоловічих якостей), яке сценаристи використали у одному з діалогів головних героїв.



**Рис. 1.2. Використання сленгу у серіалі Succession (2018)**

Цікаво, що сленг можна зустріти у літературних творах. Зазвичай, автори юнацьких романів «прикрашають» мову своїх персонажів сленговими виразами, щоб під час ознайомлення із твором максимально занурити читачів у підлітковий світ.

У 11 класі на уроках зарубіжної літератури учні вивчають роман американського письменника Дж. Гріна «Провина зірок». Твір переповнений сленгізмами, оскільки головними героями є двоє підлітків:

- 1) “*I dunno. Let’s try.*” I took it off and let Jackie stick the cannula in her nose and breathe.
- 2) *Awesomesauce. Happy Half Birthday. Castleton at 3:32?* [45].

Досліджуючи особливості сленгу, джерела його виникнення та причини використання, можна простежити, що у сленгові заховані особливості національної самобутності мовців. Сленг – це не лише спосіб вираження індивідуальності кожного мовця, але й специфічна рефлексія культурних, історичних та соціальних контекстів, які впливають на формування мови.

Т. Гарлицька, аналізуючи британський міський сленг, розмірковує щодо соціальних і культурологічних аспектів сленгізмів: «... розглядаючи міські різновиди сленгу Великобританії в соціальному аспекті, слід зазначити, що у Лондоні та Единбурзі сленгізми позбавлені соціальної та вікової стратифікації, на відміну від Кардіфа, де на мовні новотвори більш позитивно реагує молода генерація. У культурологічному аспекті помітні деякі відмінності між досліджуваними містами: лондонський римований сленг кокні вживається навіть в елітних колах суспільства, він постійно поповнюється новими словами та фразами, особливо прізвищами відомих людей, що свідчить про обізнаність населення та постійний культурний розвиток; единбурзький сленг є виявом патріотизму шотландців, консервативних поглядів на життя та прагненням відвоювати свою національну самобутність; жителі Уельсу, зокрема молоде покоління, намагається копіювати деякі англійські діалекти, що призводить до постійної асиміляції валлійської та англійської мов» [8, с. 251].

Н. Шульжук пропонує виділити декілька чинників, які зумовлюють виникнення та бурхливий розвиток сленгу: професійна орієнтація мовця; прагнення молодого людини до самовизначення й визначення свого місця

серед інших; бажання, а іноді й необхідність приховати свої слова чи дії від інших.

На думку науковиці, психологічною основою виникнення сленгу у певних групах носіїв мови є їх бажання бути дотепними, прагнення вразити співрозмовника свіжістю та яскравістю висловлювання; виявити зневагу або байдужість до предмета висловлювання, уникнути звичних, затертих слів і виразів. Уживаючи сленгову лексику, мовець намагається заманіфестувати розкутість, свій відступ від мовних канонів [35, с. 103].

У своїй книзі «Slang: To-Day and Yesterday» (1933) Е. Партрідж виокремлює п'ятнадцять причин вживання сленгу. Більшість з них досі залишається актуальними: 1) перебуваючи у грайливому настрої, "для розваги"; 2) як прояв почуття гумору, дотепності; 3) з метою підкреслити свою несхожість, оригінальність; 4) для надання мові більшої яскравості та образності (як в позитивному сенсі, так і в негативному); 5) з метою здивувати, приголомшити; 6) щоб уникнути кліше і багатослів'я; 7) для збагачення свого словникового запасу; 8) для надання конкретики абстрактним явищам; 9) для применшення (або прибільшення) ефекту відмови, відхилення; 10) для зменшення, розвіяння надмірної серйозності, урочистості, помпезності розмові чи написаному тексту; 11) для пом'якшення трагедії, полегшення сприйняття неминучості смерті, щоб допомогти пережити неприємну подію; 12) для того щоб «стати своїм» в компанії; 13) для створення дружньої, інтимної атмосфери; 14) для демонстрації приналежності до будь-якої соціальної групи, класу, професії, або навпаки, показати, що хтось «не в темі/курсі»; 15) з метою приховування предмета комунікації від оточуючих [59, с. 6].

Складність вивчення сленгу відразу стає очевидною, коли ми задумуємося про його практичний функціонал. Людям часто нелегко дати вичерпну та відповідь на питання «Чому взагалі використовують сленг?», або «Які функції мають сленгові вирази?».

Серед дослідників немає єдиного переліку всіх можливих функцій сленгізмів. Із погляду соціолінгвістики, міжособистісна функція є найосновнішою функцією мови. Тож, варто зазначити деякі соціально спрямовані функції сленгу.

По перше, це прагнення до самоідентифікації. Оскільки різні соціальні та професійні групи мають відмінні сленгові вирази, вони вважаються певним символом поділу цих груп у суспільстві. Якщо людина використовує сленгові слова та вирази, зрозумілі лише у цій соціальній чи професійній групі, вона буде автоматично ототожнюватися з її членами, демонструвати свою приналежність.

По друге, вживання сленгу у більшій мірі спричинене емотивною складовою, яка виявляє ставлення мовця до теми свого висловлювання чи співрозмовника. Емотивна функція є одним із найпотужніших способів використання мови, оскільки вона є надзвичайно важливою для зміни емоційного стану аудиторії за або проти когось чи чогось. Емотивна функція допомагає нам позбутися нервової енергії, коли ми перебуваємо в стані стресу та отримати певну психологічну розрядку. І. Аллен зазначає, що сленг — це «тип мови, який використовується, для соціальних і психологічних цілей, щоб стверджувати соціальну опозицію і заперечувати вірність благородному, елітному та належному суспільству з його стандартними мовними формами» [37, с. 267].

По третє, сленгові вирази і словосполучення слугують інструментом задля досягнення ввічливого спілкування. Перш ніж розпочати розмову, мовець оцінює ситуацію за трьома критеріями: формальність / неформальність ситуації, індивідуальні особливості адресату (вік, стать, соціальне становище, ступінь близькості) та зміст розмови. Неналежне вживання сленгу у невідповідних ситуаціях може легко зруйнувати товариські стосунки з вашими співрозмовниками.

Тому коректне та своєчасне використання сленгових зворотів сприяє створенню певної атмосфери та підтримці соціальних контактів. Сленг часто



використовується в неофіційних випадках і має важливе значення для виконання фатичної функції, або функції встановлення контактів [66, с. 2212].

О. Мігорян та Д. Берестюк пропонують наступну класифікацію функцій сленгових виразів:

- вираження належності до певної сфери діяльності;
- оригінальність;
- позитивне та негативне виділення «з натовпу»;
- адекватне сприйняття в колективі;
- посилення дружельобної атмосфери;
- лаконічність;
- конкретизація;
- передання конфіденційної інформації;
- урізноманітнення мови;
- емоційність [22, с. 161].

Сленгові слова та фрази можуть виникати з різних джерел і часто відображають культурні, соціальні та мовні тенденції. Серед найпоширеніших джерел нових сленгових слів можна відзначити наступні:

- 1) *Молодіжна культура*. Багато сленгових термінів походять із молодіжної культури, оскільки молодь часто створює нові слова та фрази, задля вираження своєї унікальної ідентичності і відокремлення від старших поколінь.
- 2) *Поп-культура*. Фільми, музика, телешоу та знаменитості мають змогу сильно впливати на сленг. Крилаті фрази з популярних ЗМІ можуть швидко стати частиною повсякденної мови.
- 3) *Соціальні медіа*. Розвиток платформ соціальних мереж значно прискорив поширення сленгу. Меми, хештеги та “вірусні” тенденції можуть сприяти створенню та поширенню нових слів і фраз, які швидко «розлітаються» інтернетом.

- 4) *Новітні технології.* Технологічний прогрес може ввести нову термінологію в наш словниковий запас. Наприклад, терміни, пов'язані зі смартфонами, віртуальною реальністю, тощо.
- 5) *Субкультури.* Різні субкультури, такі як скейтбордисти, анімешники, готи, панки, геймери часто мають свій унікальний сленг. Ці субкультури можуть мати вплив на представлення нових слів ширшій аудиторії.
- 6) *Регіональні та культурні відмінності.* Сленг може сильно відрізнитися залежно від регіону та культури. Регіональний сленг часто виникає як спосіб відрізнити одну групу від іншої або як результат історичних і культурних впливів.
- 7) *Бунт і контркультура.* Сленг може бути формою бунту проти суспільних норм або способом опору мейнстрімній мові. Контркультурні рухи часто створюють власний сленг, щоб символізувати свій опір.
- 8) *Запозичення з інших мов.* У результаті глобалізації та культурного обміну слова однієї мови можуть бути запозиченими носіями іншої мови.
- 9) *Онлайн-спільноти.* Інтернет-форуми, чати та ігрові спільноти часто є осередками для створення нового сленгу в результаті тісної взаємодії їх учасників.
- 10) *Історичні події.* Великі історичні події або кризи можуть призвести до створення нових сленгових термінів. Ці терміни часто відображають унікальні обставини та досвід, пов'язані з тією чи іншою подією.

### **1.3. Основні ознаки молодіжного сленгу**

З усіх соціальних груп молодь найбільш схильна до використання та модифікації сленгу і нетрадиційної мови. Вона демонструє великий

соціальний динамізм та є сприйнятливою до змін як в зовнішньому вигляді, стилі, вподобаннях, так і в мовленні.

Молодіжний сленг – це слова і вислови, властиві молодим людям і часто ними вживані, що не сприймається старшими поколіннями як загальноновживані або літературні. Слова і вислови стають сленговими не тільки завдяки їх нетрадиційному написанню або словотворенню, ці слова привносять у мову особливий змістовний відтінок бачення світу очима молоді, відображення їх світосприйняття [1, с. 210]. Такий сленг віддзеркалює культуру, спосіб життя, моральні та етичні цінності молодого покоління.

Не так давно сленг вважався ознакою поганого виховання, поганого смаку або приналежності до нижчої соціальної групи і різко засуджувався суспільством. Такі науковці як Х. Вентворт та С. Флекснер вважають, що використання сленгу обмежує словниковий запас людини і навіть послаблює саму стандартну мову. Значна частина поганої репутації сленгу походить від компанії, яку він зберігає; також сленг є «вульгарним» поняттям, оскільки він часто вживається в неформальній розмові, супроводжується граматичними помилками і нецензурною лексикою [14, с. 73].

Деякі з англійських та американських науковців (Дж. Фернандес та ін.) засуджують використання сленгу. Вони проголошують, що сленг – це деградація англійської мови. Звичайно, не слід вживати сленг в офіційних випадках, але забороняти його неможливо, як і неможливо зупинити розвиток мови [14, с. 73].

Більшість американських підлітків і молоді вважають, що сленг – це лише мова, якою вони користуються, розмовляючи з однолітками.

Під поняттям «молодіжний сленг» багато дослідників розуміють «особливий мовний субкод, що характеризується використанням ненормативних, часто стилістично знижених, лексико-фразеологічних одиниць, які виконують оцінну, евфемістичну та номінативну функцію і використовуються у невимушеному спілкуванні молоддю» [11], «сукупність

експресивних мовних засобів, які постійно трансформуються й використовуються молоддю під час спілкування в дружніх, фамільярних ситуаціях» [26, с. 227].

На думку П. Грабового, «складно розмежувати молодіжний та загальний сленг, адже молодіжний сленг може мати ознаки загального (зокрема, проблематичність конкретного виокремлення лексики, що відноситься до спеціальних сленгів, та лексики, що належить до ядра загального сленгу). Так само досить складно розмежувати лексику, що належить до спеціалізованих сленгів (комп'ютерного сленгу, сленгу наркоманів, музикантів, членів неформальних угруповань тощо) і сленгізми, що належать до молодіжного сленгу [11].

Специфіка молодіжного сленгу полягає в тому, що він весь час поповнюється новими «свіжими» словами, що відображають зміни в нашому житті. Це своєрідний «полігон» для апробації неологізмів.

Парадокс тут у тому, що як тільки слово-сленг стає загальновідомим, молодь незабаром втрачає до нього інтерес і замінює його іншим. Отже, молодіжний сленг виконує функцію своєрідного фільтра для неологізмів [65, с. 244].

Сленг, який використовується молоддю під час спілкування, набуває популярності з різних причин. Серед яких: 1) прагнення до оригінальності мовного вираження, передачі особистого світогляду та прояву і самоствердження власної особистості; 2) реакція на суспільно-важливі події; 3) прагнення комунікації один з одним, залишаючись незрозумілими для сторонніх; 4) заради досягнення мовної виразності, яку важко передати, використовуючи виключно літературну лексику; 5) приналежність до молодіжної субкультури; 6) технічний прогрес останніх десятиріч, поява месенджерів які вимагають скорочень, аббревіацій та простих вербальних конструкцій за допомогою яких можна максимально швидко передати власну думку.

З погляду функціонального навантаження сленгу можна виділити наступні функції: 1) когерентна функція – функція вигуків і слів-заповнювачів мовленнєвих пауз, «зв'язування» мовлення в єдине ціле; 2) дійснична функція – функція вигуківих ситуативних позначень теми розмови чи комуніканта виражається в неофіційному спілкуванні; 3) номінативна (називна) функція – для позначення речей та явищ реального світу; 4) інвективна функція – образлива; 5) психологічна функція – знижена лексика виступає як засіб розрядки психологічної напруги індивіда; б) емоційно-експресивна функція – знижена лексика виступає як досить сильний експресивний або стилістичний засіб оживлення мови; 7) ідентифікаційна функція – цьому випадку лексика відіграє роль шифру, який сигналізує оточенню, що мовець, який цілеспрямовано й доречно використовує сленгову лексику та фразеологію, є повноправним членом їхньої спільноти; 8) естетична функція зниженою лексикою знаходить своє застосування радше в літературі, а не в усній комунікації [19, с. 118].

Серед основних джерел поповнення саме молодіжного сленгу можна виділити: Інтернет і спілкування в соціальних мережах, комп'ютерні ігри та спільноти пов'язані з ними.

Звідси походять такі слова та аббревіатури, як *DM* («*direct message*» – особисте повідомлення); *troll* (троль; людина, яка отримує задоволення від сварок та суперечок онлайн); *meme* (мем; смішна картинка/відео); *IMHO* (in my humble opinion – на мою скромну думку); *LOL* (laughing out loud – дуже гучно сміятися); *facepalm* (дослівно – «рука-обличчя»; жест, коли ви закриваєте обличчя долонею. Зазвичай це робиться коли ви почули щось дуже очевидне або не розумне).

Зі сленгу геймерів – гравців у комп'ютерні ігри – також варто відзначити декілька прикладів.

При створенні тематичної класифікації геймерського сленгу можна виділити наступні категорії, характерні для ігор багатьох жанрів:

- назви дій гравця (наприклад, *farm* (v) – виконувати повторювані дії для отримання певних ігрових одиниць в нагороду; *feed* (v) – часто помирати від рук ворога, тим самим дозволяючи йому накопичувати ігрові одиниці за вбивства; *support* (v) – допомагати іншим гравцям отримувати ігрові одиниці (досвід, золото тощо) та вбивати ворогів; *steal kill* (v) – отримати нагороду за вбивство, коли інший гравець доклав до нього більше зусиль);
- характеристики персонажів та їхні ролі в команді (наприклад, *support* (n) – член команди або персонаж, який відповідає за допомогу іншим гравцям; *tank* (n) – персонаж, який наносить найбільше пошкоджень ворогам; *creep* (n) – базовий персонаж у грі, з яким можуть взаємодіяти гравці; *NPC* (n) – non-player character – неігровий персонаж);
- назви гравців залежно від їхньої поведінки, стилю або навичок гри (наприклад, *griefer* (n) – гравець, який псує іншим процес гри своїми діями; *noob* (n) – (зневажливо) початківець, недосвідчений гравець, який помиляється в процесі гри);
- назви ігрових предметів (*deagle* (n) – DesertEagle – модель пістолета в CS:GO; *AR* (n) – assault rifle – автоматична вогнепальна зброя; *tp* (n) – teleport один із ігрових предметів, який дозволяє гравцям миттєво переміститися по ігровій карті);
- назви елементів ігрового інтерфейсу й ігрової механіки (наприклад, *mod* (n) – modification – доповнення до гри, розроблене третіми особами; *Easter egg* (n) прихований секрет у сучасному медійному або програмному продукті, який слугує своєрідною винагородою для уважних користувачів; *lag* (n, v) – затримка в роботі гри або інтернет-сполучення, через яку вона не реагує на дії користувача вчасно) тощо [27, с. 71].

Популярність відеоігор саме серед молоді зумовила зв'язок геймерського і молодіжного сленгу. Вплив цих підвидів мережевого

спілкування є взаємним: геймерський сленг знаходимо також у соціальних мережах поза обговоренням ігор. С. Стронг називає такий різновид сленгу «*gamer-speak*» [63, с. 41], а К. Лазор визначає його як «*gamespeak*» [50, с. 3].

Ще з появою перших месенджерів сленгові скорочення набули шаленої популярності. Для економії часу та зручності у листуванні до вжитку молоді ввійшли численні нові аббревіатури: *ASAP* (as soon as possible; як можна швидше); *BRB* (be right back; зараз повернуся); *BTW* (by the way; між іншим); *G2G* (got to go; повинен іти); *OMG* (oh my God; о Господи); *plz* (please; будь-ласка); *TBH* (to be honest; чесно кажучи).

В основному, молодь, що використовує сленг не користується ним постійно, а лише тоді, коли сподівається на розуміння та адекватне сприйняття колективом «не зовсім літературних виразів».

Варто зазначити, що одні й ті самі сленгові звороти можуть сприйматися по-різному в різних вікових групах. Кожне покоління молоді використовує свої «коронні» слова у спілкуванні, і це не дивно, адже кожна одиниця сленгу тьмяніє, стирається й перетворюється на мовні штампи та замінюється іншими сленгізмами.

## Висновки до розділу 1

Сленг – одне з найбільш цікавих явищ сучасної лінгвістичної науки, він посідає значне місце в сучасному комунікативному просторі і використовується людьми різного віку та професій. Проблематика, особливості та етимологія поняття «сленг» є предметом постійних наукових пошуків та диспутів. Багато лінгвістів пропонують свій варіант етапів еволюції семантики сленгу, але всі вони погоджуються з думкою, що це поняття мало досить довгий шлях становлення та трансформації.

Весь пласт сленгу поділяють на загальний і спеціальний. Під загальним сленгом розуміють широко поширений і загальнозрозумілий шар лексики та фразеології, який знаходяться за межами літературної мови та має яскраво

виражений експресивно-оцінний характер. До спеціального сленгу відносять слова і словосполучення того або іншого професійного (військовий, медичний, музичний, морський, спортивний тощо) або групового спрямування (шкільний, студентський, кримінальний тощо).

Можна виділити декілька чинників, які зумовлюють виникнення та бурхливий розвиток сленгу: приналежність мовця до певної професії чи групи; прагнення людини до самовизначення; бажання приховати свої слова чи дії від інших; намагання бути дотепними чи лаконічними; задля уникнення звичних слів і виразів та надання мові більшої яскравості.

З усіх соціальних груп молодь є найбільш схильною до використання та модифікації сленгу у якому знаходять відображення культура, спосіб життя, моральні та етичні цінності молодого покоління.

Під поняттям «молодіжний сленг» багато дослідників розуміють особливий мовний субкод, що характеризується використанням ненормативних, часто стилістично знижених, лексико-фразеологічних одиниць, які виконують оцінну, евфемістичну та номінативну функцію і використовуються у невимушеному спілкуванні молоддю.

Сленгові слова та фрази можуть виникати з різних джерел (соціальні медіа, онлайн спільноти, субкультури, історично-важливі події тощо) і часто відображають культурні, соціальні та мовні тенденції.



## РОЗДІЛ II. ЛІНГВІСТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

### 2.1. Структурно-семантичні особливості молодіжних сленгових одиниць

У зв'язку з поглибленням пізнавальної діяльності людини, накопичення знань про навколишнє середовище та культурні і соціальні зміни, відбувається модифікація та розвиток семантичної структури слова. Це, ймовірно, пов'язано з тим, що поняття, яке лежить в основі лексичного значення слова, характеризується розмитими межами: воно має чітке ядро, що забезпечує стабільність лексичного значення слова та взаєморозуміння, але в той же час має розмиті межі. За рахунок такого «розмивання» лексичне значення слова може бути «розтягнуте», що дозволяє використовувати слова для позначення предметів, які не мають спеціального визначення [57, с. 58].

Поява нових значень в існуючих словах є одним з основних джерел поповнення мови. Саме тому значна частина одиниць молодіжного сленгу представлена лексемами, які є дублетами нейтральних або розмовних одиниць, які частково або повністю змінюють своє значення, набуваючи нової конотації.

Цікавою особливістю сленгових одиниць є те, що деякі з них зберегли своє сленгове значення багато століть тому. Наприклад: *bones – dice* (гральні кубики/кості) (Chaucer); *beat it – to run away* (втікти) (Shakespeare); *booze – liquor* (алкогольні напої) (Dekker).

Спираючись на функції сленгу та причини його вживання, можна зробити висновок, що більшість сленгізмів мають яскраво виражену позитивну або негативну оцінку. Але, все ж таки, серед сленгових одиниць більш розповсюдженою є негативна конотація. Однією з властивостей сленгізмів є їхня грубо-цинічна чи просто груба експресивність, зневажлива і

жартівлива образність, іронічне або презирливе забарвлення, що відрізняє їх від синонімічних літературних слів і словосполучень.

Дослідниці О. Васильєва і О. Рахматуліна зазначають, що оцінка, як мовна категорія, виражається в семантиці різних засобів – фонетичних, лексичних, морфологічних, синтаксичних. Кожний рівень мовно-мовленнєвої структури здатен виражати оцінку своїм специфічним способом. Проте одним із основних рівнів є лексичний – сукупність слів різної частиномовної належності, що називають, виражають або повідомляють про наявність деякої оцінки та з нею пов'язаної емоції [6, с. 45].

Сленг, як і літературна мова, відображає спосіб життя мовного колективу. Тому, в загальній сленговій лексиці, згідно з М. Столяр можна виокремити сленгізми на позначення істот, предметів, явищ (назви людини, професій, предметів, речовин, грошових одиниць, алкогольних напоїв, частин тіла, продуктів харчування); на позначення дій та станів (мислення, мовлення, дії, психічні стани); на позначення ознак (негативних і позитивних) [32, с. 123].

Т. Мизин на матеріалі американського молодіжного сленгу виокремлює такі лексико-семантичні групи: алкоголь, наркотики; флірт, кохання; дозвілля; зовнішність; риси характеру; предмети першої необхідності; навчання; назви став та напоїв; аксіологічні характеристики [21, с. 88-89].

Валуєвою Н. і Картузовою М. були виокремлені наступні тематичні групи: зовнішній вигляд, розумові здібності, гроші [5, с. 28].

Н. Глушук розподіляє сленгові конструкції за сферами спілкування: соціально-побутова; сімейна; професійно-трудова; соціально-культурна; студентська; видовищно-масова; військова; ігрова; адміністративно-правова [10, с. 25].

Ураховуючи різні класифікації та на основі власних досліджених прикладів, виокремлюємо наступні лексико-семантичні групи сленгу:

**Людина (human):** сленгові синоніми до слова *girlfriend* (дівчина): *bae*; *boo*; *shorty*; *chick*; *GF*; *wife*; *boyfriend* (хлопець): *hubby*; *BF*; *better half*; *friend* (друг/подруга): *bestie*; *dawg*; *fam*; *chum*; *homeboy/homegirl*; *homie*; *BFF*; *bro*; *sis*; *pal*; *buddy*; *bud*; *brother from another mother*; *sister from another mister*; *partner in crime*; *friends* (друзі): *crew*; *squad*; *fellas*; *gang*; *peeps*; *posse*; *parents* (батьки): *folks*; *old folks*; *elders*; *rents*.

**Частини тіла (body parts):** синоніми до слова *head* (голова): *dome*; *noggin*; *brain box*; *block*; *thinker*; *nut*; *nob*; *mazzard*; *cabbage*; *loaf*; *mouth* (рот): *kisser*; *mug*; *piehole*; *trap*; *yap*; *chops*; *gob*; *laughing gear*; *legs* (ноги): *stems*; *tree trunks*; *pins*; *chicken legs*; *stick legs*; *getaway sticks*; *facial hair* (борода/вуса): *five o'clock shadow*; *scruff*; *soul patch*; *goatee*; *flavour saver*; *stash*.

**Інтелект, риси характеру (intellect, traits of character):** *intelligent* (розумний): *brains*; *Einstein*; *whiz*; *boffin*; *brainiac*; *sharp*; *smarty*; *book-smart*; *smart-cookie*; *unintelligent* (нерозумний): *dumb-head*; *brain-dead*; *half-baked*; *sharp as a marble*; *dumb as a doorknob*; *not the sharpest tool in the shed*; *not the sharpest knife in the drawer*; *thick as a brick*; *doofus*; *mouth breather*; *bozo*; *birdbrained*; *peabrained*; *lazy* (лінивий): *good-for-nothing*; *loafer*; *slacker*; *slob*; *deadbeat*; *parasite*.

**Професії (professions):** *policeman* (поліцейський): *cop*; *copper*; *pig*; *bacon*; *five-o*; *boy in blue*; *bull*; *fed*; *flatfoot*; *donut patrol*; *doctor* (лікар): *doc*; *croaker*; *sawbones*; *firefighter* (пожежник): *ladderman*; *smoke jumper*; *sailor* (моряк): *sea dog*; *swabby*; *salt*; *shellback*; *lawyer* (юрист): *fixer*; *ambulance chaser*; *mouthpiece*; *legal eagle*; *shark*.

**Зовнішність (appearance):** сленгові синоніми до слова *beautiful* (гарний): *hottie*; *cutie*; *babe*; *a perfect ten*; *looker*; *stunner*; *eye-candy*; *fine*; *queen*; *stud* (лише для чоловіків); *hunk* (лише для чоловіків); *dreamboat*; *a head turner*; *smoking hot*; *ugly* (непривабливий): *face only a mother could love*; *butterface*; *yak*; *goon*; *freak*; *plug-ugly*; *ugly as sin*; *ugly duckling*; **в гарній**

**фізичній формі/м'язистий:** *buff; ripped; swole; beefy; beefcake; jacked; guns* (м'язисті руки).

**Одяг (clothes): well-dressed/stylish** (гарно вдягнений/стильний): *dressed to kill; sharp; fly; snazzy; nifty; natty; trendy; hip; drip; voguish; dolled up; fresh;*  
**poorly-dressed/unfashionable** (погано вдягнений/не стильний): *down at heel; tacky; cheesy; unhip; square; shoes* (взуття): *kicks; sneakers; runners; trainers; red bottoms* (лише про взуття бренду Christian Louboutin); *beaters; biscuits; waffle stompers* (важкі черевики з ребристою підошвою); *creps; feet whips; flandals* (from combining “flip-flops” and “sandals”); **jewelry** (ювелірні вироби): *bling; ice; rocks; stones; tinsel* (дешева біжутерія).

**Житло (housing):** *crib; pad; my place; digs.*

**Автомобіль (car):** *whip; ride; wheels; wagon; stretch, limo* (лімузин); *lambo* (машини марки Lamborghini); *drop top, breezer* (кабріолет).

**Дозвілля (free time):** сленгові синоніми до слова *party* (вечірка): *get together; blowout; bash; rager; dayger* (вечірка, що проводиться вдень); *kick back; food* (їжа): *brunch* (breakfast+lunch); *chow; grub; dog* (hotdog); *grazing; rony* (pepperoni pizza); *munchies* (snacks); **drinks** (напої): *bevvy; sodi pop; sodi.*

**Шкідливі звички (addictions): alcohol** (алкоголь): *hooch, juice, sauce, lush, booze, brewski, greenie; alcoholic* (пияка/алкоголік): *drunkard, alkie, boozehound, boozer, juicehead, juicer; drunk* (п'яний): *blasted, hammered, blitzed, fried, juiced, wasted, wiped out; sloshed; tipsy; smashed; trashed; plastered, seeing pink elephants; drugs* (наркотики): *stuff; junk; weed, giggle weed, laughing grass, pot, tea, aunt Mary* (марихуана); *gold dust, icing, paradise white, snow white, white, sleigh ride, snow, stardust, nose candy, big C* (кокаїн); **drug users** (ті, хто вживають наркотики): *junkies; stoners; dopeheads; dopers; to be high* (бути під впливом наркотичних речовин); *O. D.* (передозування); **cigarettes** (цигарки): *cancer sticks; cigs; cancerettes; coffin nails; death sticks; smokes; squares; smoker* (курець): *chimney.*

**Гроші (money):** *bread; bucks; cheddar; dough; bacon; stash; cabbage; green; long green; dead presidents; gold; moolah; mula; kale; bills; scratch;*

*Benjamins; buckaroos; nickel* (\$0.05); *dime* (\$0.10); *quarter* (\$0.25); *ones* (\$1); *fiver* (\$5); *Hamilton, sawbuck* (\$10); *Jackson, dub, double sawbuck* (\$20); *c-note, Benjamin, benny* (\$100); *grand, K* (\$1000); **bankrupt/poor** (банкрут/бідний): *broke; bust; cleaned out; strapped for cash; short of cash; dirt-poor; flat broke; wiped out; gone bust; on the rocks; down on one's luck; wealthy/rich (багатий): *loaded; in the money; flush; in the bucks; well-heeled; filthy rich; rolling in it; got money to burn; on Easy Street; stinking rich; made of money; balling.**

Сленг для позначення **якості/ставлення (quality)** до чогось: *dope* (класний); *lit* (весело/круто); *salty* (ображений, переважно на щось незначне); *sick* (приголомшливо); *snatched* (добре виглядає); *fire* (в тренді); *sus* (підозрілий); *extra* (занадто); *low-key* (тримати в таємниці/таємно); *on fleek/on point* (ідеально/на високому рівні/модно); *basic* (нудний, не оригінальний); *dead* (дуже вражений); *shook* (шокований); *jelly* (завидно); *GOAT* (greatest of all time – найкращий – часто про спортсменів).

Важливою частиною молодіжного сленгу також є **вузку (interjections)**: *for reals; IDBY (I don't believe you); oh, please; as if; yeah right* – виражають недовіру до почутого/здивування (disbelief, doubt); *aight (alright)* – *Do you want to go see a movie? Response: Aight.* (Хочеш ніти подивитися фільм? Добре/Так); *all righty; hells to the yes; hell yeah; okey dokey; damn straight; I'm down with that; word; in it; yep* – виражають згоду; *ain't* – *She ain't going to school today.* (Вона не йде сьогодні в школу); *forget it; hell no; na; nah; nope* – виражають незгоду; *I'm out, peace out, outta here; ta-ta, toodles, toudle-o* – говорять при прощанні; *jeez; man; omg* – можуть мати різне значення залежно від контексту; *cool; cool out; cool your jets; take a chill pill; chill; chill out* – означають «заспокойся»; *yo* – задля привернення уваги.

Велике поширення комп'ютерів, масовий доступ до яких і до мережі Інтернет зумовили те, що поняття «мова програмістів» як сукупності професійного сленгу стало досить умовним і багаторівневим. Оскільки навчання комп'ютерній грамоті обов'язкове в усіх навчальних закладах, то цілком зрозуміло, що передусім молодь активно сприймає цю термінологію й

перетворює її в специфічний мовленнєвий шар – власне комп'ютерний сленг, що включає в себе, крім соціолекту знавців комп'ютерної техніки, ще й побутові комп'ютерні сленгізми.

Наприклад: *pic* – *picture* (картинка); *proggy* – *program* (програма); *convo* – *conversation* (розмова); *clickbait* – відео або посилання з цікавим чи провокативним заголовком, який немає нічого спільного з реальністю; *crash* – несправність, поломка в системі/програмі.

Задля зручності написання коментарів та повідомлень користувачі Інтернету вигадали безліч сленгових одиниць утворених завдяки аббревіації: *LOL* – *laughing out loud* (голосно сміятися); *BBL* – *be back later* (пізніше повернуся); *IMHO* – *in my humble opinion* (на мою скромну думку); *BRB* – *be right back* (скоро повернуся); *ROFL* – *rolling on the floor laughing* (качатися по підлозі від сміху); *TTYL* – *talk to you later* (поговорю з тобою пізніше); *GG* – *good game* (гарна гра); *OMG* – *oh my God* (о Боже); *BTW* – *by the way* (до речі); *AFK* – *away from keyboard* (відійшов від клавіатури); *THX* – *thanks* (дякую); *U* – *you* (ти); *NVM* – *never mind* (не зважай); *G2G* – *got to go* (треба йти); *K* – *okay* (добре); *LYL* – *love you lots* (дуже тебе люблю); *B4* – *before* (раніше/перед тим); *CTS* – *changing the subject* (мінюю тему); *CWOT* – *complete waste of time* (повна трата часу); *FAQ* – *frequently asked questions* (часто поставлені питання); *IRL* – *in real life* (в реальному житті); *VLOG* – *video blog* (відео блог); *ASAP* – *as soon as possible* (як можна швидше); *DM* – *direct message* (особисте повідомлення); *ILY* – *I love you* (я тебе кохаю); *GM* – *good morning* (доброго ранку); *GN* – *good night* (доброї ночі); *L8* – *later* (пізніше); *LMK* – *let me know* (дай мені знати); *PPL* – *people* (люди); *POTD* – *photo of the day* (фото дня); *SOL* – *sooner or later* (рано чи пізно); *TGIF* – *thank God it's Friday* (дякувати Богу, сьогодні п'ятниця); *AFAIK* – *as far as I know* (наскільки я знаю).

Завдяки великій популярності відеоігор та кіберспорту, сленг гравців у комп'ютерні ігри стає все більш загальнопоширеним. Навіть ті люди, які не мають жодного відношення до геймерського світу хоч раз чули подібні

вирази: *lvl* – *level* (рівень); *VR* – *virtual reality* (віртуальна реальність); *epic fail* (сильний провал); *HP* – *health points* (рівень здоров'я у персонажа комп'ютерної гри); *pts* – *points* (бали); *RPG* – *role-playing game* (комп'ютерна гра у якій гравці контролюють дії персонажів у вигаданому світі); *d/c* – *disconnected* (роз'єднаний/відключений); *to ragequit* (покинути гру через роздратування); *easter egg* (захований код або неочікувана бонусна функція); *toxic* (гравець, який поводить себе грубо); *rookie, newbie* (новачок); *loot* (предмети, які гравець здобуває по ходу гри).

Сленг різними способами використовує існуючі форми та їхні поточні значення, використовуючи та часто змішуючи ресурси звукової системи, процесів словотворення, парадигм та знань мовців про культуру [43, с. 26].

Розглядаючи особливості утворення нових сленгових слів та виразів, можна помітити, що значна кількість слів утворюється за допомогою прийому словоскладання та основоскладання. Таким чином експресивність таких слів досягається за допомогою семантичного ускладнення метафоричними або метонімічними переносами значення основ, а не за рахунок порушення структурних норм.

В основному слова, утворені таким способом, є іменниками, які можуть утворюватися за типами: іменник – іменник, прикметник – іменник, дієслово – іменник, прислівник – іменник, числівник – іменник.

Прикладами до першого типу (іменник – іменник) слугують наступні сленгізми: *airhead, bonehead, bubblehead, knucklehead, meat-head, mush-head, mutton-head* – дурна людина; *acid head* – людина, залежна від ЛСД; *crackhead* – людина, яка вживає крек (кокаїн); *pothead* – людина, яка вживає марихуану; *lard-ass* – товстун; *mossback* – старомодна або вкрай консервативна людина; *hit-man* – найманий вбивця; *house-man* – крадій; *homeboy* – знайомий з міста чи району, або з того самого соціального походження; *nut-house* – психіатрична лікарня; *dream-boat* – приваблива або приємна особа; *mouthpiece* – адвокат; *nutcase* – божевільна або ексцентрична людина; *knuckle sandwich* – удар кулаком в рот; *speakeasy* – нелегальний заклад, в якому

продавалися алкогольні напої за часів сухого закону, назва бару в ретро-стилі; *ghostwriter* – людина, яку наймають для написання літературного твору, авторство якого потім приписують собі або іншій особі [53, с. 73].

Досить багато сленгових слів утворюються за допомогою складання прикметника та іменника: *big mouth* – дуже балакуча чи хвалькувата людина; *smart mouth* – зарозуміла людина; *red-neck* – людина, яка вважається бідною та неосвіченою, особливо та, що живе в сільській місцевості на півдні США, яка має упереджені (= несправедливі та необґрунтовані) переконання; *roughneck* – груба або жорстока людина/бандит; *yellow belly* – боягуз; *cold turkey* – різке і повне припинення прийому наркотиків, до яких є залежність; *happy dust* – кокаїн; *idiot box* – телевізор; *main guy* – авторитетна чи важлива людина; *wise guy* – людина, яка робить саркастичні або зухвалі зауваження, щоб продемонструвати свою кмітливість.

Набагато менше сленгізмів утворюються за типами дієслово + іменник (*jitterbug* – нервова людина; *sawbones* – хірург), прислівник + іменник (*outside man* – особа, причетна до крадіжки; *outside job* – злочин, вчинений особою, не пов'язаною з будівлею, в якій він стався), числівник + іменник (*four-eyes* – людина, яка носить окуляри) [53, с. 80].

Суфіксація в 21 столітті зберігає свої позиції як один з основних механізмів словотворення, незмінно поповнюючи англійський сленг [3, с. 42].

Великий пласт похідних слів утворюється за рахунок суфіксів літературного стандарту, причому переважає розряд похідних іменників, значно менше прикметників і рідко представлені суффіговані (тобто утворені за допомогою суфікса) дієслова, оскільки для них провідним словотворчим прийомом є конверсія.

Найбільш високою продуктивністю характеризуються суфікси *-er*, *-ed*, *-eroo*, *-ie*.

Лексикограф Е. Партрідж у словнику «Dictionary of Slang and Unconventional English» зазначав, що Оксфордський суфікс «-er», або часто «-



ers», — це розмовний, а іноді й жартівливий суфікс, поширений в Оксфордському університеті приблизно з 1875 року, який, як вважають, запозичили зі сленгу Школи Регбі (Rugby School). Суфікс *-er* часто використовується в словах похідних від складних основ.

*Lifer* – злочинець засуджений до довічного ув'язнення; *fiveer* – купюра номіналом в п'ять доларів; *hacker* – зломщик комп'ютерних програм; *honker* – великий ніс; *snorer* – ніс; *looker* – гарна жінка; *chaser* – людина, яка шукає партнерів за певною характеристикою; *juicer* – людина, яка надмірно вживає алкоголь; *chancer* – безпринципний або нечесний опортуніст; *chopper* – гелікоптер; *shiner* – копійка; *crammer* – людина, яка готується до заліку, іспиту тощо, швидко засвоюючи багато інформації; *copper* – поліцейський; *grafter* – відданий працівник; *hustler* – особа, яка використовує шахрайські або недобросовісні методи отримання грошей; *scammer* – шахрай; *ear-basher* – людина, яка багато говорить або скаржиться; *nutter* – божевільна людина; *goner* – мертва людина; *upper* – наркотична речовина (стимулятор); *downer* – наркотична речовина (депресант); *Beemer* – автомобіль марки BMW – є прикладами використання суфіксу *-er* [53, с. 96].

Досить багато сленгових слів утворилося завдяки додаванню суфіксу *-ed*: *gutted* – дуже засмучений; *plastered, smashed, blasted, gassed, knackered* – п'яний, під дією алкоголю; *pissed* – злий; *stoned* – під дією наркотичних речовин; *wiped* – заморений; *loaded* – багатий; *half-arsed* – зроблений не прикладаючи багато зусиль; *poker-faced* – не показуючи на обличчі те, що ви думаєте або відчуваєте [53, с. 95].

Серед інших суфіксів варто зазначити: *-eroo*: *flopperoo* – провал, невдача; *buckaroo* – долар; *switcheroo* – несподівана чи оманлива зміна; *smackeroo* – поцілунок, долар; *-ie*: *druggie, junkie* – наркозалежний; *groupie* – людина, якій подобається певний популярний співак чи інша відома особа та стежить за ними, щоб спробувати з ними зустрітися; *munchie* – легка страва (закуска), відчуття голоду; *biggie* – важлива чи успішна особа; *bikie* – мотоцикліст; *cutie* – мила людина; *hottie* – приваблива людина; *swiftie* – фанат

співачки Тейлор Свіфт; *harrie* – фанат співака Гаррі Стайлза; *wellie* – гумовий чобіт (від Wellington boot); *falsie (s)* – накладні вії; *brekkie* – сніданок; *-o: lingo* – мова, жаргон, місцевий діалект; *limo* – лімузин; *resto* – ресторан; *kiddo* – дитина; *rando* – людина, яку ви не знаєте, особливо та, яка вважається дивною чи підозрілою; *cheapo* – дешевий, неякісний або скупий; *weirdo* – дивак; *sicko* – психічно хвора людина [53, с. 101-104].

У 2020-2022 роках, завдяки соціальним мережам було популяризовано суфікс *-core*, що у цьому випадку означає «естетика», або «стиль» [49].

Користувачі TikTok, Tumblr, Instagram швидко підхопили цей тренд та вигадали безліч нових сленгізмів: *cottagecore* – це естетика, що ідеалізує сільське життя; *fairycore* – фентезійна естетика, яка зосереджена переважно навколо магії та ельфійської міфології; *barbiecore* – гіпержіночний стиль, натхненний лялькою Barbie; *normcore* – стиль одягу, який передбачає навмисний вибір непримітного або немодного повсякденного одягу; *regencycore* – естетика, навіяна представниками вищого суспільства епохи Регентства; *dreamcore* – сюрреалістична естетика, яка базується на химерних образах і об'єктах.



Рис. 2.1. Pedro Nekoі (The Atlantic, February 5, 2021)

Досить цікавим є вживання суфіксів *-ification*, *-ify*, and *-ization*, що використовуються для концептуалізації речей/дій, для яких ми ще не маємо назви: *memeification* – процес створення інтернет-мему [62]; *yassification* – застосування фільтрів до зображення за допомогою застосунку FaceApp,

штучного інтелекту, або програми для редагування фотографій, доки об'єкт на фото (знаменитість, історична постать, вигаданий персонаж чи витвір образотворчого мистецтва) стане майже невпізнаним [60]; *yassify* – застосування фільтрів до фотографії чи відео, часто роблячи об'єкт невпізнаним; *memefy* – перетворити щось у мем.



**Рис. 2.2. “Yassified” версія картини «Дівчина з перловою сережкою» (The New York Times, November 24, 2021)**

Поціновувачі фільму «Матриця» згадають терміни *“redpilled”* та *“bluepilled”*, від якого походять сленгові слова *blackpilled* – переконання, що суспільство перебуває в стані занепаду, що традиційні цінності та норми руйнуються; *whitepilled* – сподівання на краще майбутнє або віра в можливі зміни; *cryptopilled* – безмежна віра у криптовалюту, утворені завдяки суфіксу *-pilled*.

Людину, яка перебуває в стані блаженного невігластва та під владою ілюзій щодо світу, називають *“bluepilled”*. Людину, яка прийняла всю істину про реальність, називають *“redpilled”*[61, с. 3].

Важливо зазначити, що ці терміни часто пов'язані з суперечливими та екстремальними ідеологіями (часто політичними).

Суфікси *-able* та *-worthy* також часто зустрічаються на просторах Інтернету: *Instagrammable* – досить привабливий або цікавий, щоб бути

придатними для фотографування та публікації в соціальній мережі Instagram [46]; *memeable* – такий, що має потенціал бути перетвореним на мем; *tweetable* – такий, що підходить для публікації в соціальній мережі Twitter; *googleable* – той, що можна знайти за допомогою пошукової системи Google або іншої подібної пошукової системи в Інтернеті; *Instagram worthy* – достить гарний, щоб викласти у соціальну мережу Instagram; *cringeworthy* – такий, що викликає відчуття гострого збентеження або незручності.

Суфікс *-athon* позначає тривалу дію: *danceathon* – благодійна акція, під час якої учасники тривалий час танцюють; *drinkathon* – тривалий сеанс розпивання алкоголю; *subathon* – тип прямої трансляції на стрімінговому сервісі Twitch чи YouTube, де кожного разу, коли стример отримує підписку — до таймера додається більше часу.

Суфікс *-splaining* (від *explaining*): *mansplaining* – термін на позначення сексистської манери чоловіків розмовляти з жінками, пояснюючи їм речі у поблажливій, самовпевненій або спрощеній формі [41, с. 112]; *whitesplaining* – коли «білі» люди пояснюють певні теми афроамериканцям, латиноамериканцям, азіатам, часто в неусвідомлено поблажливій манері, особливо щодо питань, пов'язаних з расою чи расовою несправедливістю [41, с. 143]; *richsplaining* – коли заможна чи фінансово привілейована людина пояснює економічні чи фінансові питання людині, яка може бути менш заможною або зазнає фінансових труднощів; цей термін часто використовують, щоб підкреслити відсутність співчуття або розуміння проблем, з якими стикаються люди з меншими фінансовими можливостями, і може виглядати досить зневажливо. «Richsplaining» часто використовується в дискусіях про економічну нерівність і класові відмінності [41, с. 170]; *thinsplaining* – термін, який стосується дій людини, яка сама не має надмірної ваги, і надає непрохані поради, коментарі чи думки особам із надмірною вагою щодо їх тіла, харчових звичок або проблем, пов'язаних із вагою [41, с. 191].

Взятий зі слова “universe”, суфікс *-verse* поєднується з іншими термінами як назва певної сфери чи середовища: *Potterverse* – вигаданий світ історій про Гаррі Поттера; *metaverse* – спільна, реалістична та захоплююча комп’ютерна симуляція реального світу чи інших можливих світів, у якій люди беруть участь як цифрові аватари; *Twitterverse* – колективна назва користувачів соціального медіа-застосунку Twitter.

Додавання суфіксу *-gate* часто використовується для позначення скандалів [38]: *Watergate* (скандал, під час якого було пограбовано офіс Національного комітету Демократичної партії, а пізніше розслідування показало, що крадіжку приховали високопоставлені посадовці в адміністрації президента США Річарда М. Ніксона); *Towelgate* (скандал, що почався після публікації звіту витрат мексиканського уряду, у якому зазначалася купівля рушників вартістю 443 долари за штуку для президентського маєтку).

Дуже продуктивним способом творення слів в англійській мові є конверсія – тип словотворення, при якому нові слова виникають без змін основної форми початкового слова, але в іншій частині мови, і, відповідно ці слова отримують нові синтаксичні функції та нове лексико-граматичне значення. Навіть у творах В. Шекспіра можна знайти безліч прикладів конверсії: «...as well might poison *poison*» (Cymbeline) – N → V; «Did *pocket* up my letters» (Antony and Cleopatra) – N → V; «I scent the *morning* air» (Hamlet) – N → A.

Зі сленгових одиниць можна навести такі приклади: N → V *to fiddle* – від *fiddle* (скрипка) – обдурювати, фальсифікувати (документи, дані); N → V *to buddy* – від *buddy* (близький друг) – подружитися; *to monkey* – від *monkey* (мавпа) – поводитися безглуздо чи грайливо; V → N *skips* – взуття для гри в теніс; N → A *cuckoo* – божевільний; A → Adv *dead* – повністю, абсолютно (I’m dead serious).

Досить рідкісні моделі конверсії, які трапляються при утворенні сленгу: numeral → N *forty* – крадій; prefix → N *ex* колишній/колишня [44, с. 19].

Блендинг (від англ. to blend – to mix or combine together) – також є словотвірним прийомом, який часто використовується при формуванні нових сленгових одиниць.

Бленди – це слова, отримані шляхом злиття частин принаймні двох вихідних слів, принаймні одне з яких скорочено та/або між ними існує графемне/фонематичне накладання. Отже, вони демонструють певне структурне злиття, що відображається на їхній семантиці [54].

Блендинг передбачає творення нового слова шляхом поєднання двох інших слів.

Утворення блендів може утворюватися за різними типами:

1) перша частина першого слова + друга частина другого слова (*brunch* = breakfast + lunch; *darty* = daytime + party; *dopalicious* = dope + delicious; *neek* = nerd + geek; *smog* = smoke + fog);

2) все перше слово + кінець другого слова (*chillax* = chill + relax; *slimnastics* = slim + gymnastics; *budiquette* = bud + etiquette; *jerkitude* = jerk + attitude; *friendscape* = friend + landscape);

3) початок або кінець другого слова зливається з частиною першого з можливістю фонематично-графемного накладання (*hangry* = hungry + angry) [64, с. 7];

4) копулятивні бленди, що зберігають фактично рівносильне значення обох компонентів і володіють якостями обох вихідних лексем (*frenemy* = friend + enemy; *broom* = bride + groom);

5) екстенсивні бленди, де значення однієї з вихідних лексем поглиблює інформацію про іншу (*Mexicoma* = Mexico + coma – “a state of depression while on a failed honeymoon in Mexico”; *Gymboree* = gym + jamboree – “a gathering of gym-addicts”);

б) конотативні бленди, де одна з вихідних лексем, зазвичай ініціальна, надає експресивної оцінки іншій (*manfriend* = man + boyfriend) [7].

Значна частка сленгових одиниць припадає на аббревіацію або скорочення. Існують наступні види скорочень:

- афerezис або афerezа (apheresis) [47, с. 18] – упушення, скорочення початку слова: *round – around; 'cause – because; 'bout – about; history – story; telephone – phone; specially – especially; esquire – squire; example – sample; helicopter – copter; possum – opossum; perfume – fume; alligator – gator; telegram – gram; blackjack – jack; moonshine – shine; Martini-cocktail – tini*. Іноді, ми можемо спостерігати в афerezах графічні зміни: *recruit – croot; whiskey – skee; moustache – stache*, та дуже рідко спостерігаються фонетичні зміни: *umbrella – broolly*.
- синкопа (syncope) [15, с. 453] – випадіння середини слова: *madam – ma'am; market – mart; bacteriology – bactu; multiplex – mux; telegraphist – telist; o'er – over*.
- апокопа (apocope) [12, с. 17] – скорочення кінця слова: *cinematography – cinema; photography – photo; editor – ed; advertisement – ad; veteran – vet; vampire – vamp; prefabricated – prefab; permanent – perm; microphone – mic; champion – champ; cigarette – cig; certificate – cert; crocodile – croc; chocolate – choc; convict – con; ex-convict – ex-con; corporal – corp; schizophreniac – schizo; kleptomaniac – klepto; cosmopolitan – cosmo; locomotive – loco; terrific – terrif; referee – ref; spectacles – specs; Barbara – Barb; Benjamin – Ben; Vincent – Vince; Stephen – Steph*.

При скороченні кінця слова абрeвіатура може змінюватися графічно: *ambition – ambish; business – biz*, або позначатися суфіксом: *vegetables – veggies; ammunition – ammo*. Також є можливим варіант, коли відбувається поєднання двох типів. Наприклад, афerezиса та синкопи, синкопи та апокопи.

Завдяки абрeвіації були утворені наступні слова: *THX – thanks; BC – because; BTW – by the way; SMH – shaking my head; CYA – see ya; CYT – see you tomorrow; TBH – to be honest; DM – direct message; TMI – too much information; FTW – for the win; TTYL – talk to you later; IDK – I don't know; ILY – I love you; CWOFF – complete waste of time; IMO – in my opinion; IMHO – in my humble opinion; IRL – in real life; GMATA – great minds think alike; JK – just*

*kidding*; *LMK* – *let me know*; *LOL* – *laughing out loud*; *ROFL* – *rolling on the floor laughing*; *IDC* – *I don't care*; *NBD* – *no big deal*; *YNK* – *you never know*; *YOLO* – *you only live once*; *NP* – *no problem*; *NGL* – *not gonna lie*; *NSFW* – *not safe for work*; *IMU* – *I miss you*; *NVM* – *never mind*; *OMG* – *oh my God*; *WYWH* – *wish you were here*; *OMW* – *on my way*; *BRB* – *be right back*.

Метафоричне переосмислення також посідає важливе місце у сленговому словотворі. Провідну роль метафори у формуванні семантичних сленгізмів пояснюють тим, що за її допомогою реалізуються специфічні номінативні властивості мови: предикація одному предмету ознак іншого зіставленням цих предметів або їхніх ознак. Наприклад: *birdcage* – студентський гуртожиток; *ambulance-chaser* – юрист, який спеціалізується на нещасних випадках. У метафориці часто доречним є гумористичне трактування означуваного слова: *four-eyes* – людина яка носить окуляри; *melonhead* – дурень [10, с. 29].

Простежується також метонімічний словотвір: *suit (vest)* – бізнесмен; *berries* – вино; *play* – діяльність; *rat* – негідник, стукач; *squirrel* – божевільний; *chick* – молода жінка. Метонімія як механізм утворення семантичних сленгізмів є менш поширеною порівняно з метафорою. Метонімічні моделі чітко співвідносяться з певними асоціаціями [10, с. 29].

Характерною для сленгу моделлю словотворення, яка не трапляється в інших шарах лексики, є навмисне каламбурне фонетичне перекручення, що змінює внутрішню форму слова: *gust* (= *guest*); *picture-askew* (= *picturesque*); *drinketite* і *bitetite* (= *appetite*) [10, с. 30].

Останнім часом одним із характерних засобів словотвору, передусім для сленгу, є каламбурна підстановка, яка будується на використанні омонімії або паронімії: *braniac* – надзвичайно розумна людина, інтелектуал.

Для процесу утворення сленгових слів характерне порівняно широке використання редуплікації (*reduplication*), яке нерідко поєднують із звуконаслідуванням. Редуплікація як мовне явище є повтором різних мовних рівнів через повне або (частіше) часткове повторення кореня, основи або



всього слова, іноді афікса (афіксальна редуплікація) без зміни чи з деякою зміною їх звуку та складу. Найчастіше за допомогою редуплікації виражається інтенсивність дії або якості, дрібність, зменшеність тощо [5, с. 21].

Г. Марчанд виокремлює дві основні групи редуплікативів: з аблаутом (ablaut combinations) та римовані (rime combinations) [52]. Перша група утворюється через чергування кореневих голосних: *fiddle-faddle* (n. trivial matters; nonsense; v. mess around / ім. дрібниці; нісенітниця; д. дуркувати); *chit-chat* (v. talk about trivial matters / говорити про дрібниці); *wibble-wobble*; *tip-top* (adj. of the very best class or quality; excellent / найкращого класу чи якості), друга група – на базі римування: *hibbie-jeebies* (a feeling of nervousness or fear / відчуття нервозності або страху).

В англійській мові зустрічається такі типи редуплікації: повна та часткова редуплікація. Повна редуплікація (full reduplication): *aye aye* (yes-yes / так-так); *bonbon* (candy/цукерка); *gee-gee* (a horse / коник); *hush-hush* (highly secret or confidential / дуже секретно або конфіденційно); *ta-ta* (goodbye / до побачення); *yum-yum* (delicious / смачно); *choo-choo* (a train / потяг); *chop-chop* (hurry up / поспіши); *buddy-buddy* (very friendly / дружній).

Часткова редуплікація (partial reduplication): *hanky-panky* (unacceptable or dishonest behavior/ неприйнятна або нечесна поведінка); *walkie-talkie* (a small radio held in the hand, used for both sending and receiving messages/рація); *teeny-weeny* (very small/дуже малий); *willy-nilly* (whether one likes it or not/волею-неволею); *snail mail* (the ordinary postal system as opposed to email/традиційна пошта, на відміну від електронної).

Проаналізувавши сленгові слова та вирази, можна дійти висновку, що сленг поповнюється завдяки морфологічному (словоскладання, основоскладання, суфіксація, блендинг, скорочення, аббревіація, повна і часткова редуплікація) та неморфологічному (конверсія, метафоричне переосмислення, метонімічний словотвір, каламбурне фонетичне

перекручення) способам словотвору.

## 2.2. Функціональна спрямованість молодіжного сленгу

Відповідно до цілей та завдань, які виконує сленг, можна виділити такі його функції: оцінна, емоційно-експресивна, номінативна, економії часу, творча функція, ідентифікаційна, конспіративна, евфемістична. Оцінна функція проявляється у тому, що сленг може виражати ставлення мовця до іншої людини, предмету чи певної події:

1) привабливий: *hottie* (Meangirls, 2004); *cutie* (Better Call Saul, S05E07); *cutie-pie* (Doctor Who, S07E02); *cutie-patootie* (Ted Lasso, S01E03); *honey bunny* (Paper Towns, 2015), *looker* (How I Met Your Mother, S02E03); *stunner* (Good Will Hunting, 1997); *babe* (10 Things I Hate About You, 1999); *stud* (Batman Returns, 1992);

2) спортивний: *buff* (Buffy the Vampire Slayer, S01E04); *ripped* (Shameless, S07E04); *swole* (Brooklyn Nine-Nine, S05E06); *beefcake* (Puss in Boots, 2011);

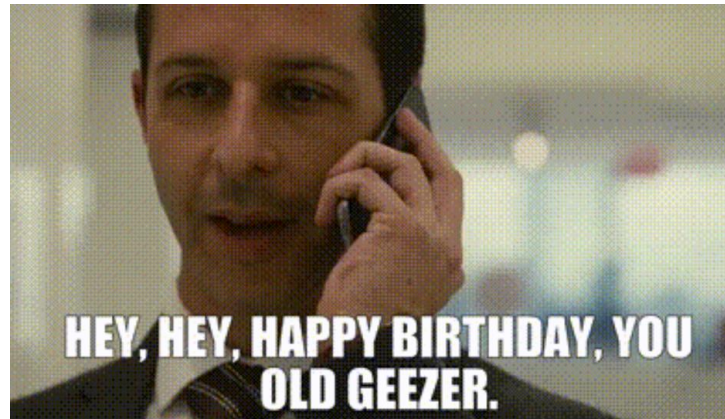
3) розумний: *brainiac* (Clueless, 1995); *smarty pants* (The Big Bang Theory, S05E06);

4) старий: *old geezer* (Succession, S01E01); *old fart* (The Office, S04E02); *old hag* (Brave, 2012);

5) класний: *dope* (The Bear, SE01E08); *lit* (Pretty Little Liars: Original Sin, S01E03); *sick* (The Bling Ring, 2013); *badass* (Jurassic World, 2015);

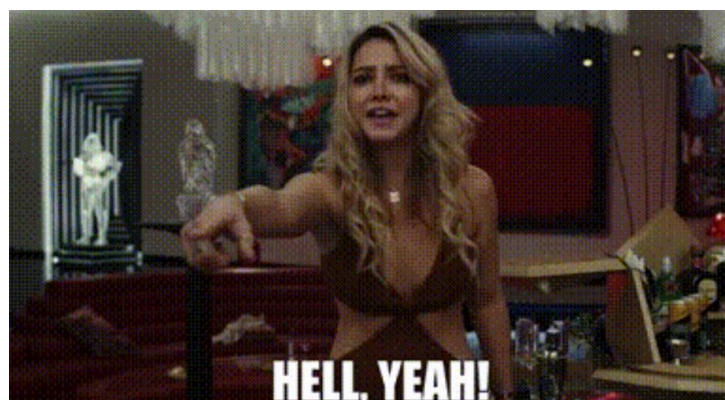
6) підозрілий: *sus* (Below Deck Mediterranean, S07E03); *dodgy* (Succession, S02E09); *shady* (Nope, 2022); *sketchy* (It's Always Sunny in Philadelphia, S10E05); *fishy* (Lucifer, S05E13);

7) неоригінальний: *basic* (The Real Housewives of Atlanta, S14E02); *corny* (The Boys, S03E03); *lame* (The Last of Us, S01E01).



**Рис. 2.3. Succession, 2018 (S01E01)**

Завдяки емоційно-експресивній функції можна висловити сильні почуття та емоції, які спікер відчуває в момент мовлення. Найчастіше для передачі емоцій використовуються вигуки: *for reals* (Brooklyn Nine-Nine, S03E01); *yeah, right* (Grey's Anatomy, S04E08); *hell, yeah* (Glass Onion: A Knives Out Mystery, 2022); *hell nah* (The Boys, S01E03); *hella* (Parks and Recreation, S07E05); *damn straight* (How I Met Your Mother, S05E08); *nah* (Euphoria, S02E01); *nope* (Shutter Island, 2010); *whoa* (Encanto, 2021); *jeez* (The Sopranos, S05E02); *oh, man* (The Office, S09E20); *chill* (Euphoria, S02E01); *chill out* (Ozark, S01E03); *holy crap* (Wednesday, S01E01); *holy cow* (Ralph Breaks the Internet, 2018); *you're nuts* (The Lost World: Jurassic Park, 1997); *you're bonkers* (Alice Through the Looking Glass, 2016); *screw that* (Stranger Things, S01E05); *that sucks* (The Walking Dead, S07E01); *crap* (How I Met Your Mother, S05E07); *yikes* (Home Alone 2: Lost in New York, 1992); *yo* (Succession, S01E06).



**Рис. 2.4. Glass Onion: A Knives Out Mystery, 2022**

Номінативна функція використовується для позначення різноманітних явищ і понять: *gig* (одиночний виступ музиканта чи групи, або комедійного актора); *sest* (період часу, витрачений на щось приємне, наприклад, проведення часу з друзями, перегляд телевізора); *vacay* (відпустка); *Megxit* (термін для позначення рішення подружжя Меган Маркл і принца Гаррі відмовитися від своїх провідних ролей у британській королівській родині); *Karen* (принизливий термін, використовується для позначення жінки середнього класу, яка веде себе, ніби має більше прав, ніж інші, або ставить надмірні вимоги); *situationship* (це романтичні стосунки, яким бракує чітких визначень чи зобов'язань); *y2k* (використовується для опису стилю 2000 року); *rizz* (харизма); *tea* (плітки); *the ick* (почуття огиди або відрази до чогось або когось); *mid* (використовується для опису чогось посереднього); *drip* (використовується для опису чийогось стилю як крутого та модного); *athleisure* (стиль одягу, який зручний і підходить для занять спортом, але також модний і досить привабливий, щоб носити його у повсякденному житті); *to hate-watch* (дивитися телевізійну програму, фільм тощо, який вам не подобається заради задоволення, яке можна отримати від його висміювання або критики); *doomscrolling* (постійна перевірка тривожних або неприємних новинних статей або відео в Інтернеті, часто через соціальні мережі); *to touch grass* (відновити зв'язок із реальним світом); *nepo baby* (діти знаменитостей, які досягли успіху в кар'єрі, подібній до кар'єри їхніх батьків); *to ghost somebody* (перестати відповідати на чийсь текстові повідомлення або дзвінки, часто без пояснення причини); *to act like the main character* (поводитися егоїстично та егоцентрично); *to spill tea* (розголошувати плітки); *to sleep on something* (ігнорувати або недооцінювати щось); *living rent free in someone's head* (використовується для опису ситуації, коли хтось/щось займає значний простір у свідомості чи думках іншої людини); *the receipts* (докази); *no cap* (говорити правду).



Рис. 2.5. New York Post (January 9, 2020)

Функція економії часу допомагає мовцю стисло та коротко передати думку. Найбільш повно реалізується у різноманітних скороченнях та аббревіаціях (зазвичай використовуються при написанні повідомлень), таких як: *collab* (collaboration), *dorm* (dormitory), *uni* (university), *sis* (sister), *bro* (brother), *fam* (family), *hon* (honey); *sus* (suspicious), *congrats* (congratulations), *lil* (little), *pic* (picture), *web* (the World Wide Web), *rep* (representative), *lib* (liberal), *ambo* (ambulance); *gonna* (going to), *gotta* (got to), *dunno* (don't know), *wanna* (want to), *lemme* (let me), *gimme* (give me), *outta* (out of), *kinda* (kind of), *I'mma* (I'm going to); *Iykyk* (if you know you know); *OMG* (oh my God), *DM* (direct message), *TBH* (to be honest), *OMW* (on my way), *BRB* (be right back), *LMK* (let me know), *GN* (good night), *GM* (good morning), *ASAP* (as soon as possible), *BTW* (by the way).

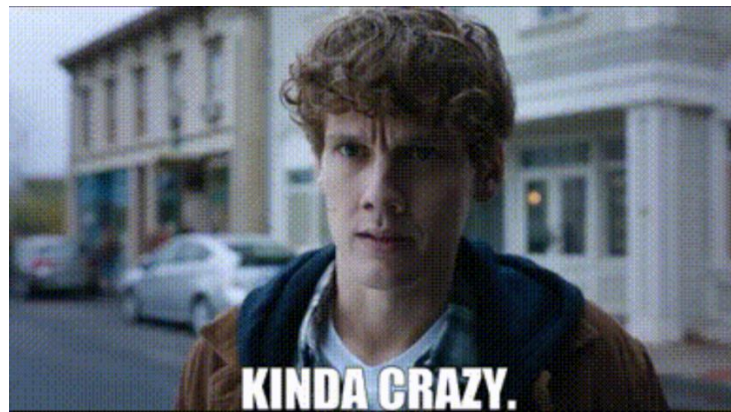


Рис. 2.6. Wednesday, 2022 (S01E02)

Творча функція допомагає словесно виразити поняття, для яких ще немає існуючих відповідників. Під час всесвітньої пандемії Covid-19 у мовленні з'явилося багато сленгових одиниць, пов'язаних із цією хворобою: *covidiot* (той, хто ігнорує застереження щодо здоров'я чи безпеки); *anti-masker* (людина, яка відмовляється одягати захисну маску); *maskne* (висипання або роздратування на шкірі, які виникають в результаті носіння маски); *rona* (скорочення від coronavirus); *Zoom-bombing* (коли сторонні особи порушують віртуальну зустріч); *boomer remover* (інша назва Covid-19, коли була поширена думка, що хвороба небезпечна лише для людей старшого покоління); *coronacation* (тривалий період перебування вдома поза звичайним місцем роботи, навчання).

Ідентифікаційна функція полягає в тому, що люди, які використовують ті чи інші сленгові вирази, відносять себе до певної групи чи спільноти (соціальної, професійної, вікової):

1) сленг журналістів: *scoop* (ексклюзивна новина); *off the record* (заява, не призначена для публікації); *op ed* (нарис в газеті чи журналі, що виражає думку автора чи організації, не пов'язаної з редакцією видання); *beat* (конкретна сфера чи тема, яку журналіст регулярно висвітлює); *stringer* (незалежний журналіст або співавтор, який надає новини для медіаорганізації); *presser* (прес-конференція, на якій інформація подається ЗМІ); *follow-up* (історія, яка надає додаткові відомості про подію, про яку раніше повідомлялося); *kicker* (рядок газетного шрифту, розміщений над

заголовком, як правило, іншим шрифтом і призначений для виклику інтересу); *slug* (коротка назва статті, яка знаходиться на етапі виробництва);

2) сленг політиків: *blue state* (штат, де люди схильні голосувати за Демократичну партію); *red state* (штат, де люди схильні голосувати за Республіканську партію); *swing state*, *battleground state*, *toss-up state*, *purple state* (штат, де політичні вподобання виборців сильно розділені, що робить невизначеним результат виборів); *bellwether state* (штат, який зазвичай голосує за кандидата, який лідирує); *mudslinging* (звинувачення та особисті напади на політичних опонентів під час кампанії); *pork barrel* (проекти державних витрат, які приносять користь виборцям конкретного політика, часто використовується для опису марнотратства); *going negative* (стратегія політичної кампанії, коли кандидат або партія зосереджується на критиці опонентів, а не на просуванні власної кампанії); *war chest* (запас коштів кандидата чи партії для витрат на кампанію); *photo-op* (інсценована подія чи момент, який ЗМІ мають зафіксувати та оприлюднити); *grassroots* (політичний рух або кампанія, яка починається на місцевому рівні зі звичайних громадян); *horse race* (висвітлення виборів у засобах масової інформації, яке зосереджується на результатах опитувань, стратегії кампанії та конкуренції між кандидатами, а не на питаннях політики); *flip-flop*, *u-turn*, *backflip* (раптова зміна позиції чи думки державним службовцем, часто під час спроби стверджувати, що ці дві позиції узгоджуються одна з одною); *dark money* (приховані політичні внески або витрати сторонніх груп); *astroturfing* (створення хибного враження про органічну підтримку або опозицію до організації, політики, особи чи програми); *balancing the ticket* (коли кандидат у президенти обирає напарника, чиї якості привернуть увагу більшої кількості виборців); *malarkey* (нісенітниця);

3) сленг поліцейських: *perp* (підозрюваний, злочинець); *to collar* (арештувати); *Miranda rights* (права, які слід зачитати підозрюваному під час арешту, наприклад право зберігати мовчання та право на адвоката); *to mirandize* (зачитувати права підозрюваному); *B&E* – *breaking and entering*

(крадіжка зі зломом); *cuff 'em* (одягання наручників); *fugitive* (особа в розшуку); *got the eye* (у полі зору); *jumper* (людина, яка намагається покінчити життя самогубством стрибнувши з висоти);

4) сленг лікарів: *horrendoma* (надзвичайно погане або складне захворювання); *circling the drain* (термін, який використовується для опису пацієнта, який знаходиться на межі смерті); *frequent flyer* (той, хто відвідує лікарню знову і знову); *hanging the crepe* (спілкування лікарів з пацієнтами та їхніми сім'ями в ситуаціях, коли наслідки захворювання вважаються дуже серйозними); *status dramaticus* (пацієнт, який поводить себе занадто драматично, щоб отримати увагу медичного персоналу або поскаржитися на свої симптоми); *ward X* (морг); *selfie* (особа, з пораненням чи хворобою, що були спричинені нею самою); *code blue* (екстрена ситуація, коли пацієнт потребує негайної реанімації, часто через зупинку серця); *baby catcher* (акушер); *post op* (післяопераційний стан пацієнта); *blue pipe* (вена); *red pipe* (артерія); *chem* (хімічний аналіз); *vitals* (пульс, тиск та інші життєво важливі показники); *BP* (кров'яний тиск);

5) сленг геймерів: *gg* – *good game* (ввічливий спосіб завершити гру, незалежно від того, чи гравець отримав перемогу, чи поразку); *noob* (використовується для опису недосвідчених або некваліфікованих гравців); *LFG* – *looking for group* (використовується гравцем для пошуку напарників, щоб приєднатися до його команди для гри); *to nerf* (коли розробник гри зменшує потужність або ефективність персонажа, зброї чи предмета у відповідь на скарги гравців щодо їх надмірної потужності); *to buff* (покращити персонажа, зброю чи предмет у грі); *to respawn* (повернутися «до життя» в грі після поразки); *camper* (гравець, який залишається на одному місці в грі та чекає, поки до нього прийдуть інші); *DLC* – *downloadable content* (додатковий контент, часто платний, який можна завантажити, щоб розширити гру); *FPS* – *first-person shooter* (жанр відеоігор, у яких гравець розглядає ігровий світ з точки зору персонажа, яким він керує); *RPG* – *role-playing game* (жанр відеоігор, у якому гравці виконують ролі персонажів та



беруть участь у квестах і пригодах); *loot* (предмети або нагороди, які гравець збирає під час гри); *nuke* (потужна зброя або здатність, що здатні радикально змінити хід гри); *to gank* (коли два або більше гравців намагаються вбити одного суперника у відеогрі); *drops* (зброя, броні чи інші предмети, які залишаються від переможених суперників); *dialogue tree* (варіанти розмови, які гравець має з неігровим персонажем); *friendly fire* (означає будь-яку ситуацію, в якій гравці вразливі до атак своїх союзників, або для опису акту нападу з боку союзника); *fast travel* (миттєве переміщення між двома фіксованими точками в ігровому світі);

б) сленг фанатів аніме: *otaku* (термін для завзятих шанувальників аніме та манги, який часто використовується для опису людини, яка любить японську поп-культуру); *kawaii* (японське слово, що означає «милий»); *manga* (японські комікси або графічні романи, які часто є вихідним матеріалом для аніме-серіалів); *cosplay* (переодягання в персонажів аніме, манги, відеоігор); *dubbed/dub* (аніме з альтернативною звуковою доріжкою мовою, відмінною від оригінальної японської, часто англійською); *subbed/sub* (аніме з субтитрами мовою, відмінною від оригінальної японської, що дозволяє глядачам дивитися мовою оригіналу); *filler* (епізоди в аніме, які не є частиною оригінальної сюжетної лінії та часто використовуються, щоб дати манзі час для прогресу); *fan dub* (створені фанатами дубльовані версії аніме);

7) сленг ІТ-спеціалістів: *geek speak* (термін, що стосується високотехнічної та часто незрозумілої мови ІТ.); *bug* (помилка або недолік у програмному чи апаратному забезпеченні, що спричиняє його несправність); *glitch* (тимчасова помилка в системі або пристрої, що часто призводить до незначної несправності); *pebkac* (аббревіатура від «Problem Exists Between Keyboard and Chair», яка означає, що проблема є помилкою користувача, а не технічною проблемою); *bleeding edge technology* (термін, який використовується для опису технології, яка є передовою в інноваціях і ще не отримала широкого поширення); *beta testing* (етап розробки програмного забезпечення, коли продукт тестується обраною групою користувачів перед

офіційним випуском); *spaghetti code* (погано структурований або надто складний код, який важко зрозуміти та обслуговувати); *open source* (програмне забезпечення, яке випускається з ліцензією, що дозволяє будь-кому переглядати, змінювати та поширювати його вихідний код); *code monkey* (комп'ютерний програміст, здатний виконувати лише прості рутинні завдання); *early adopter* (людина, яка приймає нові технології чи інновації раніше більшості населення);

8) сленг студентів: *sleeper, snoozer, bird course, cakewalk* (легкий курс/предмет); *underwater basket weaving* (марний університетський курс/предмет); *to pull an all-nighter, marathoning, vamping, zombie hours* (навчання/підготовка до екзаменів пізно вночі); *GPA killer, bloodbath, deathtrap, bomb* (складний тест); *to play hooky, to skive off, wagging, to skip class, to cut class, to ditch, to bunk off* (пропускати заняття); *to cram, to hit the books* (вивчати багато за короткий проміжок часу); *senioritis* (коли студенти, які навчаються на останньому курсі коледжу, лінуються і перестають наполегливо працювати); *to ace a test* (отримати гарну оцінку); *to flunk* (провалити екзамен); *to slack off* (робити щось з меншими зусиллями чи енергією, ніж раніше); *frat* (соціальна організація студентів чоловічої статі).

Конспіративна функція слугує задля приховування задумів, намірів, дій чи предмету розмови. Ця функція часто стає у нагоді підліткам, або особам, які порушують закон (наприклад, торговцям наркотичними речовинами): *code 9* (батьки поруч); *AITR* – adult in the room (дорослий у кімнаті); *PAW* – parents are watching (батьки спостерігають); *rents* (батьки); *cooker, dummy man, mad hatter, middleman, mailman, medicineman, pill lady, pusher, source* – наркодилер;

Евфемістична функція слугує для заміни нецензурної лексики: *f-ing, effing, frickin', friggin, flippin', the F-word, the B-word, bs, darn, heck*.



**Рис. 2.7. Poltergeist, 2015**

Фатична функція спрямована на організацію комунікації та має на меті встановлення доброзичливої атмосфери перед початком розмови. Прикладом слугують запитання та відповіді, що не несуть конкретного змісту: *How's it going? How ya doin'? Wassup? What's up? What's the deal? Catch you later!*

Отже, сленг є багатофункціональним феноменом, що слугує для позначення різноманітних нових явищ і понять, стислої передачі думки, вираження ставлення мовця до іншої людини, предмету чи певної події, ідентифікації з певною групою, висловлення сильних почуттів та емоцій, приховування задумів, намірів, дій чи предмету розмови, заміни нецензурної лексики та встановлення доброзичливої атмосфери.

### **2.3. Практична реалізація результатів роботи у школі**

Англійський сленг – інтеграційна складова, невід’ємний компонент англійської мови, що є безумовною і невід’ємною частиною культури англійської лінгвокультурної спільноти [34, с. 667].

На уроках англійської мови, починаючи з 5-го класу, учні вивчають лексику різноманітної тематики, що у майбутньому допоможе легко інтегруватися до іншомовного середовища. При вивченні таких тем, як «Засоби масової інформації», «Дозвілля» та «Молодіжна культура» доречно почати вивчення деяких сленгових слів, однак ґрунтовне ознайомлення із

лексикою обмеженого спілкування, зокрема сленгом, учні отримують у старшій школі (10-11 класах).

Виучувані теми та їх лексичний діапазон сприяють введенню сленгових слів та виразів у вжиток здобувачів освіти. Особливо доречним є вивчення сленгу у старшій школі під час ознайомлення із темами «Я, моя родина, мої друзі», «Дозвілля», «Наука і технічний прогрес», при вивченні яких учні розповідають про стосунки з товаришами, норми поведінки та спілкування, емоції, клуби за інтересами, кіно, театр, телебачення, Інтернет, сучасні засоби комунікації та інформації, вплив науково-технічного прогресу на життя людини і довкілля, розвиток науки і техніки в Україні та за кордоном, технології.

Дослідивши підручники для 10 та 11 класу профільного рівня та рівня стандарту, було виявлено сленгові слова та вирази у наступних підручниках: О. Карпюк. – 10 клас (*to hang out; to crank something up; armchair sportsman; mate; a load of rubbish; poor devil; how's it going*); О. Карпюк. – 11 клас (*to storm out; telly; folks; veggie; to get dumped*); Л. Морська. – 10 клас (*to hang out; to goof around; to dumb something down; to cram; to drop out*); Л. Морська. – 11 клас (*to hang around; pal; buddy; to chill out; to cram; eager beaver; to flunk out; to paint the town red; drama queen*) [16; 17; 23; 24].

Серед очікуваних результатів навчально-пізнавальної діяльності учнів на кінець 11-го класу (у спеціалізованих школах із поглибленим вивченням іноземних мов) зазначено: розуміння більшості теленовін і суспільно-політичних програм; розуміння змісту більшості фільмів різного типу, інтерв'ю наживо, токшоу, вистав; розуміння змісту особистих електронних листів і дописів у соцмережах, навіть якщо вжито слова, які належать до нестандартного стилю; читання для задоволення зі значною мірою незалежності, пристосовуючи стиль і темп читання до різних текстів (наприклад, журналів, простих романів, історичних книг, біографій, книг з описом подорожей, путівників, текстів пісень, поезій), вибірково використовуючи довідкові джерела; спілкування досить вільно і спонтанно,

що уможлиблює безпроблемну регулярну взаємодію і тривалі відносини з досвідченими користувачами виучуваної мови; приймання активної участі у неформальній розмові на знайомі теми; здійснення обміну інформацією онлайн з кількома учасниками, ефективно пов'язуючи власні дописи з тими, що передували їм [25].

Усіх вище перерахованих результатів майже неможливо досягти без базового знання найпопулярніших сленгових слів, адже сленгізми зустрічаються як у фільмах, токшоу, інтерв'ю, піснях, дописах у соцмережах, так і у художній літературі, журналах, газетних статтях.

Зважаючи на те, що сьогодні багато українських дітей виїжджають жити та навчатися за кордон, а однією з основних компетентностей, якою повинні володіти сучасні учні, є міжкультурна компетентність, дуже важливо, щоб учні розуміли лексику обмежено вжитку задля усунення мовних бар'єрів, оскільки послуговування сленгом є однією з основних ознак мовлення молоді не залежно від того, у якій країні вона проживає.

Міжкультурну комунікативну компетентність можна витлумачити як багатоаспектне утворення, що складається з умінь (інформованість, ставлення, навички, знання іноземної мови), які дають змогу вибирати необхідні мовні та мовленнєві засоби відповідно до соціокультурного контексту, вибирати стратегії та тактики спілкування прийнятні для досягнення визначених завдань, взаєморозуміння з представниками інших культур у процесі міжкультурного спілкування [18, с. 140].

Сленг часто відображає культурні нюанси та може надати уявлення про місцевий спосіб життя. Розуміючи сленгові вирази, молоді люди можуть глибше оцінити нову культуру, її особливості та цінності. Варто зазначити, що неправильне використання сленгу може призвести до безтактних непорозумінь та ненавмисних образ. Часто ті, хто вивчають англійську мову, стикаються із неприємним фактом, що мова, яку вони вивчили у загальноосвітній школі, відрізняється від того, що вони чують або використовують під час спілкування з носіями мови.

Відповідно, ці учні вчаться «модифікувати своє мовлення», спираючись на досвід спілкування з носіями англійської мови, які використовують сленг [58].

Незважаючи на сумніви щодо доречності вивчення сленгових слів і виразів на уроках англійської мови у школах, сам факт існування цього мовного феномену та його динамічне поширення у сучасному мовленні не можна заперечувати. Ознайомлення учнів із сленговими одиницями готує їх до реального спілкування з людьми у ненормативному дискурсі. Володіння сленгом дозволяє українцям впевненіше приймати участь у невимушених діалогах, розуміти розмовні вирази та будувати міцні стосунки з носіями англійської мови в різних соціальних середовищах.

М. Берндт. вважає, що учням, які вивчають англійську мову як іноземну, замало лише ознайомитися зі сленговою лексикою. Не менш важливим є пояснення ситуацій у яких доречно користуватися сленгом. Знання, коли і де використовувати певні сленгові слова, також допомагає відчувати себе «як вдома» у новій країні [40, с. 18].

Для учнів середньої або старшої ланки володіння неформальним словниковим запасом допоможе зробити пошук нових друзів і спілкування з ними менш напруженими. Також це може полегшити взаємодію з носіями мови у продуктовому магазині чи громадському транспорті [40, с. 19].

Існує думка, що знання сленгу та ідіом є фундаментальним для розуміння будь-якої мови. Володіння сленгом також є важливим для інтеграції в іншу культуру; без вільного розуміння нестандартної лексики учні завжди будуть почуватися аутсайдерами. Нестандартна англійська може бути навіть важливішою для безпеки та благополуччя під час перебування в іншій країні [42]. Дослідження показали, що використання сленгу під час уроків англійської мови (як іноземної) може мати позитивний вплив на тих, хто вивчає мову. Це може мотивувати учнів до вивчення мови, оскільки включення сленгу залучає здобувачів освіти до використання автентичних

джерел, що дає можливість покращити навички неформального спілкування [55].

При навчанні сленгу можуть виникнути труднощі з тим, що сленгова лексика часто важка для перекладу українською мовою, тому учителеві необхідно підібрати відповідний комплекс вправ і завдань які допоможуть учням засвоїти нові неформальні слова та вирази.

У зазначених раніше підручниках авторів О. Карпюк і Л. Морської немає окремих уроків, присвячених вивченню сленгових одиниць, хоча сам сленг є в підручниках. Також ніде не зазначається, що саме ці слова і вирази відносяться до неформальної мови і повинні вживатися лише у певних ситуаціях.

У зв'язку з відсутністю достатньої уваги сленгізмам у підручниках з англійської мови, вважаємо доречним запропонувати кілька завдань, які можливо використовувати у навчальному закладі, адже вправи і завдання які використовують під час введення нового вокабуляру можна використати і для уроків, присвячених вивченню сленгізмів.

Пропонуємо наступні завдання: знаходження відповідників (*matching*); складання діалогу з використанням сленгових слів; написання смс повідомлення / допису у соціальних мережах; заміна вже відомої стандартної лексики сленговими відповідниками; ведення блогу / щоденнику; створення власних словників сленгових слів, їх значень та контексту використання. Також подаємо комплексну розробку власного уроку для вивчення сленгової лексики на занятті з англійської мови для учнів 11 класу (Додаток А).

Більшість людей, які вивчають іноземну мову дивляться фільми та серіали тією мовою, яку вони хочуть опанувати. Учителі англійської мови можуть скористатися цим, використовуючи уривки сценаріїв відомих фільмів, телевізійних шоу та серіалів, а також тексти пісень, таким чином знайомлячи учнів з використанням неформальної мови із подальшим обговоренням та вивченням сленгу. Варто починати із коротких сегментів, які містять кілька слів, а потім переходити до більш складних. При

проведенні позакласних заходів, або креативних уроків англійської мови, можна створити worksheet за сюжетом фільму у якому будуть завдання на розуміння сленгізмів, що зустрічаються в кінострічці.

Ураховуючи переваги знання неформальної лексики, вважаємо доцільним ознайомлювати здобувачів освіти зі сленговою лексикою та імплементувати креативні завдання для вивчення сленгу на уроках англійської мови та під час самостійної роботи.

## **Висновки до розділу 2**

Сленг, як і літературна мова, відображає спосіб життя мовного колективу. Тому, в загальній сленговій лексиці можна виокремити сленгізми на позначення істот, предметів, явищ, дій, станів та ознак.

У загальній сленговій лексиці виділяють лексико-семантичні групи які є найбільш релевантними для спілкування: людина; зовнішність; професії; дозвілля; шкідливі звички; гроші.

Розглядаючи особливості утворення нових сленгових слів та виразів, можна помітити, що значна кількість слів утворюється за допомогою словоскладання, основоскладання, суфіксації, конверсії, блендингу, скорочень, абрєвіації, метафоричного переосмислення, метонімічного словотвору, каламбурного фонетичного перекручення та редуплікації.

Відповідно до цілей та завдань, які виконує сленг, можна виділити такі його функції: оцінна, емоційно-експресивна, номінативна, економії часу, творча функція, ідентифікаційна, конспіративна, евфемістична, фатична.

Англійський сленг – інтеграційна складова, невід’ємний компонент англійської мови, що є безумовною і невід’ємною частиною культури англійської лінгвокультурної спільноти. Зважаючи на те, що сьогодні багато українських дітей виїжджають жити та навчатися за кордон, а однією з основних компетентностей, якою повинні володіти сучасні учні, є міжкультурна компетентність, дуже важливо, щоб учні розуміли лексику



обмежено вжитку задля усунення мовних бар'єрів, оскільки послуговування сленгом є однією з основних ознак мовлення молоді незалежно від того, у якій країні вона проживає.

Грунтовне ознайомлення із лексикою обмеженого спілкування, зокрема сленгом, учні отримують у старшій школі (10-11 класах) під час вивчення тем «Я, моя родина, мої друзі», «Дозвілля», «Наука і технічний прогрес».

Щоб ефективно засвоїти сленгові слова пропонуємо наступні завдання: знаходження відповідників (matching); складання діалогу з використанням сленгових слів; написання смс повідомлення / допису у соціальних мережах; заміна вже відомої стандартної лексики сленговими відповідниками; ведення блогу / щоденнику; створення власних словників сленгових слів, їх значень та контексту використання.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що сленг є одним із найцікавіших явищ сучасної лінгвістичної науки. Він посідає значне місце в сучасному комунікативному просторі і використовується людьми різного віку та професій. У сучасному мовознавстві існують різні підходи до етимології та тлумачення цього терміну. Немало науковців прагнуть досягнути причини утворення, вживання та відмирання сленгових одиниць.

У мовознавчій літературі сленг прийнято поділяти на загальний і спеціальний. Під загальним сленгом розуміють широко поширений і загальнозрозумілий шар лексики та фразеології, який знаходиться за межами літературної мови та має яскраво виражений експресивно-оцінний характер. До спеціального сленгу відносять слова і словосполучення того або іншого професійного (військовий, медичний, музичний, морський, спортивний тощо) або групового спрямування (шкільний, студентський, кримінальний тощо).

Розрізняють наступні чинники, що зумовлюють виникнення та бурхливий розвиток сленгу: приналежність мовця до певної професії, групи чи субкультури; прагнення людини до самовизначення; бажання приховати свої слова чи дії від інших; намагання бути дотепними чи лаконічними; задля уникнення звичних слів і виразів та надання мові більшої яскравості; технологічний прогрес останніх десятиріч та виникнення нових термінів, пов'язаних із ним.

З усіх соціальних груп молодь є найбільш схильною до використання та модифікації сленгу у якому знаходять відображення культура, спосіб життя, моральні та етичні цінності молодого покоління. Під поняттям «молодіжний сленг» багато дослідників розуміють особливий мовний субкод, що характеризується використанням ненормативних, часто стилістично знижених, лексико-фразеологічних одиниць, які виконують

оцінну, евфемістичну та номінативну функцію і використовуються у невимушеному спілкуванні молоддю.

Сленгові одиниці відображають спосіб життя мовного колективу, отже до основних лексико-семантичних груп сленгу можна віднести одиниці на позначення: людини (*bestie; BFF*); зовнішності (*cutie*); професій (*boys in blue; doc*); дозвілля (*get together; rager*); шкідливих звичок (*booze; hammered*); грошей (*dough; broke*).

Серед основних способів словотворення сленгових одиниць можна виокремити словоскладання (*homeboy; red-neck*), основоскладання (*frenemy*), суфіксацію (*gutted; fiver*), конверсію ( $N \rightarrow V$  *to buddy*), блендинг (*brunch; hangry*), абрєвіацію (*LMK; TTYL*), скорочення (*'cause; cig*), метафоричне переосмислення (*ambulance-chaser*), метонімічний словотвір (*suit; rat*), каламбурне фонетичне перекручення (*braniac*), редуплікацію (*hibbie-jeebies; chit- chat*).

Відповідно до цілей та завдань, які виконує сленг, можна виділити такі його функції: оцінна, емоційно-експресивна, номінативна, економії часу, творча функція, ідентифікаційна, конспіративна, евфемістична, фатична.

Англійський сленг – є невід’ємною частиною культури англійської лінгвокультурної спільноти. Зважаючи на те, що сьогодні багато українських дітей виїжджають жити та навчатися за кордон, а однією з основних компетентностей, якою повинні володіти сучасні учні, є міжкультурна компетентність, дуже важливо, щоб учні розуміли лексику обмежено вжитку задля усунення мовних бар’єрів.

Грунтовне ознайомлення із лексикою обмеженого спілкування, зокрема сленгом, учні отримують у старшій школі (10-11 класах) під час вивчення тем «Я, моя родина, мої друзі», «Дозвілля», «Наука і технічний прогрес».

Щоб ефективно засвоїти сленгові слова пропонуємо наступні завдання: знаходження відповідників (*matching*); складання діалогу з використанням сленгових слів; написання смс повідомлення / допису у соціальних мережах; заміна вже відомої стандартної лексики сленговими відповідниками; ведення

блогу / щоденнику; створення власних словників сленгових слів, їх значень та контексту використання.

Враховуючи переваги знання неформальної лексики, вважаємо доцільним ознайомлювати здобувачів освіти зі сленговою лексикою та імплементувати креативні завдання для вивчення сленгу на уроках англійської мови та під час самостійної роботи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Атаманчук К. М. Молодіжний сленг у соціальних мережах. *Eurasian scientific discussions*. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2022. pp. 210–215.
2. Бойко М. Ю., Ставицька Л. О. Про історію дослідження арго, жаргону та сленгу. *Система і структура східнослов'янських мов*. 2014. Вип. 7. С. 33–41.
3. Борис Д. П. Суфіксація у сленгу англійської мови ХХІ століття з погляду дериваційної семантики. *Нова філологія*. 2021. Вип. 84. С. 38–43. DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-84-5>.
4. Валуєва Н. М., Картузова М. О. Тематична класифікація й особливості перекладу сучасного англомовного сленгу. *Мова і світ: сучасні тенденції викладання іноземних мов у вищій школі: матеріали XII всеукр. наук.-метод. конф. для студентів, аспірантів, молодих вчених (м. Кам'янське, 13-14 берез. 2019 р.)*. Кам'янське, 2019. С. 26–30.
5. Валуєва Н. М., Сердюченко О. С. Способи перекладу англомовних слів-редуплікатів. «*Мова і світ: сучасні тенденції викладання іноземних мов у вищій школі*». Матеріали XII Всеукраїнської науково-методичної конференції для студентів, аспірантів, молодих вчених. 13-14 березня 2019 року / під заг. ред. Воронової З. Ю. 2019. С. С. 20–23.
6. Васильєва О. Г., Рахматуліна О. С. Оцінні прикметники та прислівники в англомовному молодіжному дискурсі. *Збірник наук. праць КиМУ – ГДПШМ. Актуальні питання філології*. 2012. Вип. 3. С. 43–50.
7. Гайданка Д. В. Оказіональне словотворення у сучасному англомовному кінодискурсі : лінгвокогнітивний і комунікативно-когнітивний аспекти: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Запорізький національний університет, Запоріжжя, 2018. 312 с.
8. Гарлицька Т. С. Британський сленг як частина мови міста: соціокультурний аспект. *Наукові записки. Сер. Філологічні науки*

- (мовознавство). Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. Вип. 129. С. 248–252.
9. Глазова О. П. Жаргон і сленг: як ставитися до них словеснику. *Методичні діалоги*. 2013. Вип. 9. С. 37–42.
  10. Глуцук Н. В. Лінгвопрагматика сучасного англомовного сленгу: витоки, класифікаційні та семантичні ознаки. *Вісник Львівського університету. Сер. Іноземні мови*. Львів, 2013. Вип. 21. С. 22–36. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnu\\_in\\_mov\\_2013\\_21\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnu_in_mov_2013_21_6)
  11. Грабовий П. М. Молодіжний сленг у системі соціолектів сучасної української мови. *Лінгвістичні студії: ДонНУ*. 2008. Вип. 16. С. 294–297.
  12. Гром'як Р. Т., Коваліва Ю. І., Теремко В. І. Літературознавчий словник-довідник. Київ : ВЦ «Академія», 2007. 752 с.
  13. Дубенко Д. С., Данилюк І. Г. Вікові особливості вживання сленгізмів. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ ім. В. Стуса*. 2017. Т. 1. № 9. С. 34–39.
  14. Загребнюк Ю. Етимологія сленгу в іноземній мові (англійській). *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*. Умань, 2019. Вип. 3. С. 69–75. DOI: <https://doi.org/10.31499/2307-4906.3.2019.190293>.
  15. Звонська Л., Корольова Н., Лазер-Паньків О. Синкопа. Енциклопедичний словник класичних мов / за ред. Л. Л. Звонської. 2-ге вид. випр. і допов. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 552 с.
  16. Карпюк О. Д. Англійська мова (10-й рік навчання) (English (the 10th year of studies)): підручник для 10-го класу закладів загальної середньої освіти. Рівень стандарту. Тернопіль: Астон, 2018. 256 с.
  17. Карпюк О. Д. Англійська мова (11-й рік навчання) (English (the 11th year of studies)): підручник для 11-го класу закладів загальної середньої освіти. Рівень стандарту. Тернопіль: Астон, 2019. 256 с.

18. Костюк С.С., Пальчикова О.О., Зінченко П.С. Міжкультурна комунікативна компетентність як основа успішної професійної діяльності. The 11 International scientific and practical conference "European scientific discussions" (September, 2021) Potere della ragione Editore, Rome, Italy. 2021. P. 139–144.
19. Кучеренко І. В. Використання сленгу в мовленні німецькомовних користувачів соціальної мережі Instagram. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Сер. Філологічні науки (мовознавство)*. 2020. № 14. С. 116–120.
20. Медвідь О. М., Андріяш О. Г. Англійський сленг в українській мові. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Сер. Філологія. Соціальні комунікації*. Київ, 2019. Т. 30(69), № 4(2). С. 78–85.
21. Мизин Т. О. Семантичні аспекти американського молодіжного сленгу. *Вісник Харківського нац. ун-ту. Сер. Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов*. Харків, 2013 Вип. 76 (1072). С. 87–91.
22. Мігорян О. В., Берестюк Д. А. Особливості функціонування фмериканського молодіжного сленгу (на матеріалі американського анімаційного серіалу "Сімпсони"). *Науковий вісник Чернівецького університету. Сер. Германська філологія*. Чернівці, 2020. Вип. 822. С. 155–163.
23. Морська Л. І. Англійська мова (10-й рік навчання) (English (the 10th year of studies)): підручник для 10 класу закладів загальної середньої освіти. Профільний рівень. Тернопіль: Астон, 2018. 288 с.
24. Морська Л. І. Англійська мова (11-й рік навчання) (English (the 11th year of studies)): підручник для 11 класу закладів загальної середньої освіти. Профільний рівень. Тернопіль: Астон, 2019. 256 с.
25. Навчальні програми з іноземних мов для загальноосвітніх навчальних закладів і спеціалізованих шкіл із поглибленим вивченням іноземних

- мов. Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/programy-10-11-klas/2018-2019/inozemni-movi-10-11-19.09.2017.pdf> (дата звернення 10.09.2023).
26. Науменко Л. М. Молодіжний сленг – реалії сьогодення. *Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. І. Огієнка*. Кам'янець-Подільський. 2013. Вип. 34. С. 227–230.
27. Павельєва А. К., Лобко І. О. Англomовний сленг гравців у комп'ютерні ігри. *Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. Сер. Філологічні науки*. 2021. Вип. (3 (341)). С. 67–75. DOI: [https://doi.org/10.12958/2227-2844-2021-3\(341\)-67-75](https://doi.org/10.12958/2227-2844-2021-3(341)-67-75).
28. Руденко М. Ю. Арго, жаргон і сленг у європейському й американському мовознавстві: історія і сучасний стан дослідження : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / Донбаський держ. пед. ун-т. Слов'янськ, 2019. 270 с.
29. Руденко М. Ю. З історії дослідження сленгу. *Перспективні напрямки сучасної науки та освіти: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції викладачів і студентів ДДПУ, учителів та учнів загальноосвітніх закладів (м. Слов'янськ, 22–24 квітня 2015 р.)*. Слов'янськ, 2015. С. 375–378.
30. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. Київ: Критика, 2005. 464 с.
31. Старченко Я. Сучасна жаргонологія й словотвірні інновації в жаргонах української мови (до постановки питання). *Лінгвістичні студії*. 2011. №23. С. 93–97.
32. Столяр М. Ю. Молодіжний сленг у сучасному художньому дискурсі (на матеріалі художнього ідіолекту І. Карпи). *Записки українського мовознавства*. 2014. Вип. 21. С. 119–126.
33. Шапочка К. А. Загальний і спеціальний сленг у системі субстандартної лексики. *Обрії сучасної лінгвістики*. 2013. Вип. 4. С. 108–114.



34. Шевченко М. Ю. Основні концепції вживання та сутності англійського сленгу. *Молодий вчений*. 2020. № 4 (80). С. 667–669. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-4-80-139>.
35. Шульжук Н. В. Сленг як нелітературний пласт сучасної української лексики. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Сер. Філологічна*. Острог, 2011. Вип. 21. С. 102–112.
36. Щур І. І. Особливості українського комп'ютерного жаргону. *Рідна школа*. 2001. № 3. С. 10.
37. Allen I. L. *The City in Slang: New York Life and Popular Speech*. New York: Oxford University Press, 1993. 320 p.
38. Arana G. Notes on a Suffix for 'Scandal'. URL: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/11/watergate-gamergate-and-the-evolution-of-language/382276/> (дата звернення: 08.10.2023).
39. Ayto J. *The Oxford Dictionary of Modern Slang*. Oxford University Press, 2005. 324 p.
40. Berndt M. *The Acquisition of Slang by ELL/EFL Learners*. Master's thesis, Bethel University. 2018, 64 p.
41. Bridges J. C. [X]splaininggender, race, class, and body: Metapragmatic disputes of linguistic authority and ideologies on Twitter, Reddit, and Tumblr". USF Tampa Graduate Theses and Dissertations. 2019. URL: <https://digitalcommons.usf.edu/etd/7750> (дата звернення: 03.11.2023).
42. Burke D. Without Slang and Idioms, Students Are "In the Dark!". *ESL Magazine*, 1998. Vol. 1. P. 20–23.
43. Eble C. *Slang & Sociability: In-group Language Among College Students*. Chapel Hill/London: The University of North Carolina Press, 1996. 228 p.
44. Gallová L. Word-formation processes in English slang. *SKASE Journal of Theoretical Linguistics*. 2021, Vol. 18 Issue 2, P. 17–33.
45. Green J. *The Fault in Our Stars*. First edition. New York: Dutton Books, 2012. 316 p.

46. Instagrammable. Cambridge Dictionary. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/instagrammable> (дата звернення: 08.10.2023).
47. Jamet D. A morphophonological approach to clipping in English: Can the study of clipping be formalized? *Lexis: Journal in English Lexicology* 1: 2009. P. 15–31.
48. Jespersen O. *Language: Its Nature, Development, and Origin*. George Allen & Unwin Ltd., 1954. 448 p.
49. Judkis M. Cottagecore, cluttercore, goblincore — deep down, it’s about who we think we are. URL: [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/cottagecore-goblincore-cluttercore/2021/09/09/4656e958-09b6-11ec-aea1-42a8138f132a\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/cottagecore-goblincore-cluttercore/2021/09/09/4656e958-09b6-11ec-aea1-42a8138f132a_story.html) (дата звернення: 07.10.2023).
50. Lazore C. *Gamespeak: adaptations of internet language to fit the worlds of online gaming : thesis*. 2017. 43 p.
51. Liberman A. *Etymology for Everyone: Word Origins and How We Know Them*. Oxford University Press, 2005. 312 p.
52. Marchand H. *Categories and Types of Present-Day English Word-Formation*. Wiesbaden, 1969. 379 p.
53. Mattiello E. *An Introduction to English Slang. A Description of its Morphology, Semantics and Sociology*, Polimerica, 2008. 325 p.
54. Mattiello E. *Extra-Grammatical Morphology in English: Abbreviations, Blends, Reduplicatives, and Related Phenomena*. Berlin: De Gruyter Mouton, 2013. 340 p.
55. Mazer, J. P., Hunt, S. K. “Cool” Communication in the classroom: A preliminary examination of student perceptions of instructor use of positive slang. *Qualitative Research Reports in Communication*. 2008. Vol. (1). pp. 20–28.
56. Mencken H. L. *The American Language*. New York, 1960. 655 p.

57. Nida E. *The Theory and Practice of Translating*. N.Y.: Brill, Leiden, 1974. 195 p.
58. Meyerhoff M. *Introducing sociolinguistics* (3rd edition). 2018. 400 p.
59. Partridge E. *Slang: To-Day and Yesterday*. London: Routledge and Kegan Paul Ltd, 1933. 488 p.
60. Rogers H. Yassification — the latest Gen Z buzz word. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/yassification-the-latest-gen-z-buzz-word-32rrxkxsc> (дата звернення: 07.10.2023).
61. Shullenberger G. “Redpilling and the Regime.” *The New Atlantis*, 2021. No. 65. pp. 3–14.
62. Stokel-Walker C. The Meme-ification of the Ukraine Invasion. URL: <https://www.vice.com/en/article/epxq3j/russia-ukraine-invasion-memes> (дата звернення: 07.10.2023).
63. Strong S. Gamer-Generated Language and the Localisation of Massively Multiplayer Online Role-Playing Games, 2018. 316.
64. Tomić G. «Headedness in contemporary English slang blends», *Lexis*. 2019. 24 p. DOI: <https://doi.org/10.4000/lexis.3862>.
65. Venzhynovych N. F. On Modern Students’ Slang (Jargon). *Development trends of modern linguistic in the epoch of globalization: collective monograph* / L.I. Bielickhova, I.I. Dmytriv, M.Yu. Fedurko, K. M. Ivanochko, etc. Lviv: Toruń: Liha-Pres, 2019. С. 233–249.
66. Zhou, Y., Fan, Y. A Sociolinguistic Study of American Slang. *Theory and Practice in Language Studies*. 2013. Vol. 3. No. 12. pp. 2209–2213 DOI : <https://doi.org/10.4304/tpls.3.12.2209-2213>.

## ДОДАТКИ

Додаток А

**Методична розробка плану-конспекту уроку з англійської мови для 11 класу за темою «Learning Slang: Understanding Everyday Language»**

Клас 11

**Сфера спілкування:** - особистісна.

**Тематика ситуативного спілкування:** «Learning Slang. Understanding Everyday Language».

**Мовний інвентар:**

Vocabulary: to chill, fam, bae, lit, fire, downtime, ТВН, MIA, GOAT.

**Мета уроку (як намір учителя):**

- ознайомити з новими ЛО;
- вдосконалювати вміння читання тексту з метою виокремлення необхідно інформації;
- вдосконалювати вміння сприймання англійської мови на слух;
- вдосконалювати діалогічне мовлення;
- виховувати почуття поваги один до одного під час роботи в парах.

**Очікуваний результат:** наприкінці заняття учень

- знає нові ЛО;
- вміє читати текст, виокремлює необхідну інформацію;
- сприймає англійську мову на слух;
- висловлює свої думки у формі діалогу;
- виявляє повагу до однокласників під час роботи в парах.

**Обладнання:** відео, онлайн платформи Padlet, Bamboozle, Learning Apps, Kahoot!, Wheel of Names, Canva.

**Схематичний план уроку:**

**I. Організаційно-мотиваційний етап:**

1. Привітання – 1 хв.

2. Повідомлення теми та мети – 2 хв.

## II. Основна частина уроку:

1. Вступне слово про сленг – 1 хв.

2. Правда чи ні – 4 хв.

3. Перегляд відео – 6 хв.

4. Читання тексту – 16 хв.

5. Створення діалогу – 10 хв.

## III. Заключна частина уроку:

1. Підведення підсумків уроку – 4 хв.

2. Пояснення домашнього завдання – 1 хв.

### Хід уроку:

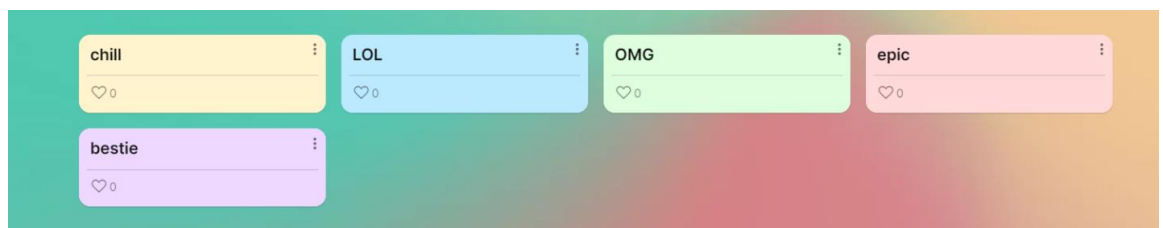
**I. Початок уроку. Привітання. Перевірка присутніх. Повідомлення теми та мети уроку**

#### 1. *Greeting*

T: Good morning, students. I'm glad to see all of you. Are you ready for the lesson? Ok, but before we begin let's check who is absent today.

#### 2. *Aim*

T: Today we will talk about a very fun topic, but I want you to guess what the topic will be. Please, take a look at the words in this [Padlet](#).



Have you ever heard these words in TV series or on YouTube? (S: Yes, I've heard words "chill" and "epic").

Are they formal words? (S: No, they are very informal).

Can you use them in a conversation with your teachers? (S: No, not really).

Do you know what slang is? (S: We can say, that "slang" is a type of language that is very informal and mostly used by young people).

I'm sure, you use a lot of slang words and phrases in Ukrainian, but what about English?

Today we're going to talk about the importance of knowing and understanding slang. At the end of the lesson all of you will have learned a great deal of trendy English slang words and expressions.

## II. Основна частина уроку

### 1. Introduction to slang

T: Language is constantly changing. New words and phrases keep appearing and evolving. The way young people in the UK, the USA or in Australia talk can be very different from how adults speak. TV, music and subcultures play a significant role in shaping how young people talk.

Young people from all over the world use a lot of words and expressions that you won't usually find in standard dictionaries. These super-casual words and sayings are called "slang". Creating a complete list of modern English slang is nearly impossible. By the time such a list is ready, it's already outdated!

### 2. True or false

T: Take a look at the [screen](#). You will see some facts (or lies) about slang. Try to find out which sentences are true and which ones are completely false!

**GAME PREVIEW**  
 Fun facts about slang: True or False

<p>Slang can offend people if it is used outside a group of people who know each other well.</p> <p style="text-align: right;">✓ 15</p>	<p>School and work are the most common places to use slang</p> <p style="text-align: right;">✓ 15</p>	<p>20% of Americans admit to using slang in every conversation.</p> <p style="text-align: right;">✓ 15</p>
<p>Slang words are mostly used by people, who are older than 45</p> <p style="text-align: right;">✓ 15</p>	<p>66% of parents are annoyed by slang, compared to 46% of people without children.</p> <p style="text-align: right;">✓ 15</p>	<p>74% of Americans think it's appropriate to use slang in a professional setting and 55% would use it in front of their boss.</p> <p style="text-align: right;">✓ 15</p>
<p>We usually use slang in speaking rather than writing.</p> <p style="text-align: right;">✓ 15</p>	<p>Slang is least commonly used with strangers or a boss</p> <p style="text-align: right;">✓ 15</p>	<p>People without children are more likely to use slang than parents</p> <p style="text-align: right;">✓ 15</p>

### 3. *Watching a video*

T: Now let's pay attention to the screenshot from a video.

Do you know who these people are? (*S: They are actors*).

Can you guess what the video is about? (*S: The video could be about youth slang*).



**Рис. 2.1. Dan Levy and Eugene Levy Teach You Youth Slang | Vanity**

**Fair**

T: Let's watch a [video](#), in which two Canadian actors will try to explain some slang words.

While watching, fill in the gaps in the sentences.

1. \_\_\_\_\_ means your family or a group of supporters. (Fam)
2. This party is going to be \_\_\_\_\_. (lit)
3. \_\_\_\_\_ means "before anyone else". (Bae)
4. \_\_\_\_\_ means "to be honest". (TBH)
5. If I am in complete agreement with you, I can say \_\_\_\_\_. (hundo p)

T: So, after watching this video, can you tell who understands slang better – the older man or the younger one? (*S: the younger man understands slang better*).

What slang words were mentioned in the video? (*S: Lit, fam, bae, TBH, hundo p, Gucci, extra*).

### 4. *Reading comprehension*

Pre-reading task

T: You're going to read a casual dialogue between two friends. There are many informal words and phrases in the text. To make sure that you're familiar with them let's [match the words](#) with their definitions.

1. to chill (v)	a) exciting, outstanding
2. fire (adj)	b) periods of rest or relaxation
3. TBH	c) a term of endearment, often used to refer to a friend or a significant other
4. lit (adj)	d) to relax
5. fam (n)	e) very good, enjoyable, or exciting
6. MIA	f) used to indicate full agreement or commitment
7. downtime (n)	g) abbreviation from "missing in action", used when someone has been absent or unavailable for a while
8. hundo p	h) an acronym for "greatest of all time," used to describe someone or something as the best
9. bae (n)	i) used when expressing an honest opinion or thought



	honest opinion or thought
10. GOAT	j) used to refer to family, close friends or a close-knit group

1-d; 2-a; 3-i 4-e; 5-j; 6-g; 7-b; 8-f; 9-c; 10-h.

### While-reading task

T: Now, you will read the dialogue in pairs (breakout rooms in Zoom).

Highlight or underline as many slang words as you can find.

### Dialogue:

**Emma:** Hey, Liam! How's it going?

**Liam:** Hey, Emma! I'm good, just been *chilling*.

**Emma:** Totally get that. Life's been kinda crazy lately. But anyway, did you see that new movie everyone's talking about on Friday?

**Liam:** Yeah, I did! The action scenes were *fire*.

**Emma:** No way! I really want to see it. Is it worth it?

**Liam:** Absolutely, it's a must-watch. *TBH*, it's now one of my favorite movies. And the soundtrack is so *lit*!

**Emma:** I'll have to check it out this weekend. By the way, have you heard from Jenna lately?

**Liam:** Nah, not in a minute. She's been kinda *MIA*.

**Emma:** Really? That's weird. She's usually all over social media. Maybe she's just taking a break.

**Liam:** Yeah, maybe. People need their *downtime*, you know.

**Emma:** *Hundo p*. So, what's new with you?

**Emma:** Well, I'm finally getting better at my new job. My coworkers are cool, and I'm hoping to stay there for a long time.

**Liam:** That's awesome, *bae*! You're going to be the *GOAT* at your workplace, no doubt.

**Emma:** Haha, thanks, Liam! You always know how to boost my confidence.

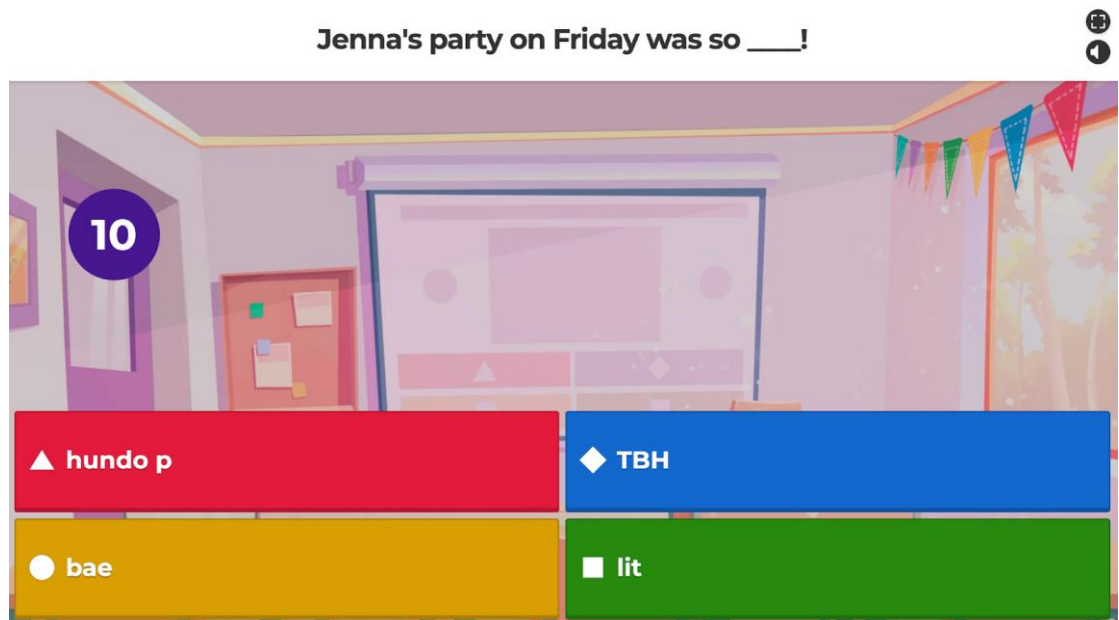
**Liam:** You got it, *fam*. That's what friends are for.

### Post-reading task

T: So, what does Liam mean when he says, "You're going to be the GOAT at your workplace"? What aspect of the movie is described as "fire"?

Let's check how well you remember today's new vocabulary! Please. Join the game via [the link](#).

Your task is to match some slang words with their formal equivalents and choose the appropriate slang word where needed.



### **5. Creating a dialogue**

T: Now all of you are experts in slang! Let's put your knowledge to good use.

You will work in pairs and the task is to make up a dialogue using new slang words from today's lesson. But there is a twist! Each pair of students will get [a topic for the dialogue](#). The pair that uses the most words wins.



Example of a dialogue (topic – travelling):

**Alice:** Hi, Mark! Long time no see. What's up?

**Mark:** Hi, Alice! I'm good, just been *chilling*. But, I had the most *lit* trip last month.

**Alice:** No way! Where did you go? Tell me about it.

**Mark:** I visited Greece, and it was *fire, bae!* The beaches, the food, everything was top notch. I was living life to the fullest.

**Alice:** That sounds amazing! *TBH*, I need a vacation like that.

**Mark:** You should plan a vacation *ASAP*. It's a *hundo p* worth it. You'll have some *downtime* to relax and recharge.

**Alice:** I wish! But Olivia has been *MIA* lately, and we planned to go together.

**Mark:** That's a bummer. Maybe she's just taking a break. Friends need their downtime too.

**Alice:** Yeah, I guess you're right. I'll check in with her. So, what else did you do in Greece?

**Mark:** Well, I explored the culture, tried new activities, like bungee jumping and windsurfing and met some cool people.

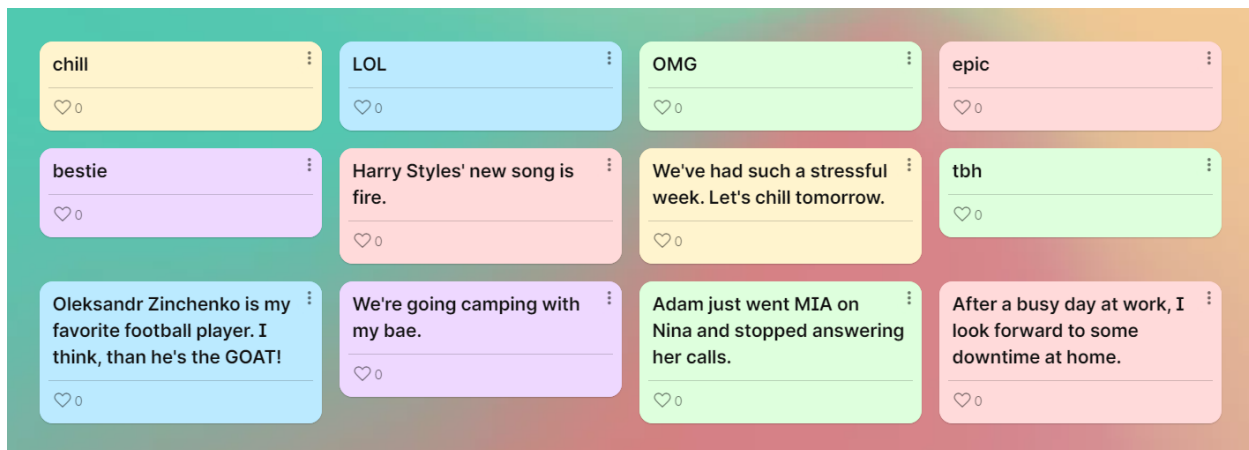
**Alice:** Wow, that sounds fantastic. I'm seriously considering it now. Thanks for sharing, Mark!

**Mark:** Anytime! You know you can count on me, *fam*.

### III. Заключна частина уроку

#### 1. Summarizing and reflecting

T: Our lesson is almost over. I hope, that you've enjoyed it and learned something new. Now, you can easily use youth slang in everyday conversations. I propose to come back to the [Padlet](#) with slang words. Add some new words that you've learned at the lesson. You can even write full sentences!



#### 2. Home assignment

T: At home you have to make a social media post using the words from today's lesson. You can use [this template](#). Feel free to edit it and add your text.



**Посилання на ілюстративний матеріал**

Рис. 1.1. Roberts E. (2014, August 17). Rainy day missing home. Retrieved from [https://www.instagram.com/p/rzypUmC\\_OR/?modal=true&ref=popsugar.com&=\\_psv\\_p\\_5314955\\_t\\_w](https://www.instagram.com/p/rzypUmC_OR/?modal=true&ref=popsugar.com&=_psv_p_5314955_t_w)

Рис. 1.2. Використання сленгу у серіалі Succession (2018)  
Successionreact (2021, November 23) Retrieved from <https://twitter.com/successionreact/status/1463152572840263682?lang=en>

Рис. 2.1. Pedro Nekoі (The Atlantic, February 5, 2021)  
<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2021/02/aesthetics-wiki-cottagecore-tumblr-tiktok/617923/>

Рис. 2.2. “Yassified” версія картини «Дівчина з перловою сережкою» (The New York Times, November 24, 2021)  
<https://www.nytimes.com/2021/11/24/style/yassify-bot-meme.html>

Рис. 2.3. Succession, 2018 (S01E01)  
<https://yarn.co/yarn-clip/bc421571-3b5b-49e6-897b-7486758563ba/gif>

Рис. 2.4. Glass Onion: A Knives Out Mystery, 2022  
<https://yarn.co/yarn-clip/5c2addc1-9ffd-4345-8f98-3b681951266e/gif>

Рис. 2.5. New York Post (January 9, 2020)  
<https://nypost.com/cover/covers-for-thursday-january-9-2020/>

Рис. 2.6. Wednesday, 2022 (S01E02)  
<https://yarn.co/yarn-clip/5281f752-41b3-4673-b99c-995a3fd5ff1c/gif>

Рис. 2.7. Poltergeist, 2015  
<https://yarn.co/yarn-clip/7571dc21-ac65-4a9d-96be-81e0d1f601a8/gif>