

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Факультет іноземної та слов'янської філології

Кафедра германської філології

Андрієнко Юлія Володимирівна

**СОЦІОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ
АНГЛІЙСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ**

Спеціальність: 014 Середня освіта (Мова і література (англійська))

Галузь знань: 01 Освіта

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра

Науковий керівник

_____ В.І. Школяренко,
доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри германської філології

« ____ » _____ 20__ року

Виконавець

_____ Ю.В. Андрієнко

« ____ » _____ 20__ року

ЗМІСТ

| | |
|---|-----|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1 СОЦІОКУЛЬТУРНА ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛІЙСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ ... | 6 |
| 1.1 Молодіжний сленг як соціальний різновид мовлення..... | 6 |
| 1.2 Типологія молодіжного сленгу в англійській мові | 12 |
| 1.3 Особливості функціонування сленгових систем англомовних молодіжних угруповань..... | 18 |
| Висновки до розділу 1 | 26 |
| РОЗДІЛ 2 СЛЕНГ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ КАРТИНИ СВІТУ АНГЛОМОВНОЇ МОЛОДІ..... | 27 |
| 2.1 Становлення мовної картини світу представників молодіжної субкультури | 27 |
| 2.2 Сленг як засіб мовної репрезентації молодіжної картини світу | 37 |
| 2.3 Систематизація англомовних молодіжних сленгізмів | 44 |
| Висновки до розділу 2 | 488 |
| РОЗДІЛ 3 СОЦІОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АНГЛОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО ЛЕКСИКОНУ..... | 500 |
| 3.1 Соціальна диференціація носіїв молодіжного сленгу..... | 500 |
| 3.2 Гендерний аспект дослідження молодіжних сленгізмів | 555 |
| 3.3 Розвиток англійського молодіжного сленгу на регіональному рівні | 600 |
| Висновки до розділу 3 | 666 |
| ВИСНОВКИ..... | 688 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 722 |
| SUMMARY..... | 78 |
| ДОДАТКИ..... | 84 |

ВСТУП

Останнім часом лінгвісти все активніше обговорюють питання динамізації мовної системи в зв'язку з економічними та ідеологічними перетвореннями в суспільстві. Періоди соціально-політичних та ідеологічних криз визнаються окремими вченими поштовхом для розвитку відповідних мовних систем. Що стосується сучасної англійської мови, то вона відчутно демократизувалася, оновивши свій лексичний і фразеологічний склад. Замість нормативного стандарту, орієнтованого на зразки художньої прози, на передній план висунулася жива мова та засоби масової інформації.

Повністю приєднуючись до такого трактування сучасної мовної ситуації, підкреслимо **актуальність** вивчення мови молоді та, на додаток до сказаного вище, відзначимо й потужний соціокультурологічний потенціал молодіжного лексикону, що цілком зрозуміло: вибір об'єкта сленгової номінації визначається його актуальністю для молодіжного соціуму, а вибір мотиву номінації і словотворчих засобів – оцінним ставленням до іменованої реалії.

Багато в чому пов'язана з культурою конкретного соціуму, молодіжна субкультура має власне соціальне середовище існування, що і визначає специфіку мови носіїв сленгу. Фахівці вивчають і фіксують в словниках в основному загальномолодіжний жаргон (І. А. Стернін, З. Кестер-Тома, А. Файн, В. Лур'є та ін.), що відображає основні елементи молодіжної субкультури. Однак на створення своєї власної «культури» та обслуговуючої її системи лексико-фразеологічних засобів претендують різні неформальні об'єднання молоді.

Лексико-фразеологічний склад мови молоді фіксується словниками сленгу (жаргону) і розмовної мови. Усе частіше їх метою стає репрезентація соціологічно і культурологічно цінної інформації, що стоїть за словом або фразеологізмом і відбиває елементи молодіжної культури (субкультури), в тому числі її аксіологічні параметри – морально-етичні орієнтири і прагматичні установки.

Об'єктом дослідження є сленгові слова та фразеологізми, які вживаються в молодіжному мовленні.

Предметом дослідження є соціокультурні особливості молодіжного сленгу як складової частини мовної картини світу Англії.

Мета дослідження полягає у визначенні поняття «молодіжний сленг», дослідженні його лексико-семантичних особливостей, а також специфіки його використання.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі основні **завдання** дослідження:

1. Розглянути молодіжний сленг як соціальний різновид мовлення.
2. Описати типологію молодіжного сленгу в англійській мові.
3. Охарактеризувати особливості функціонування сленгових систем молодіжних угруповань.
4. Дослідити формування картини світу сучасної англомовної молоді.
5. Описати засоби мовної репрезентації молодіжної картини світу Англії.
6. Розглянути систематизацію молодіжних сленгізмів.
7. Проаналізувати соціальну диференціацію носіїв молодіжного сленгу.
8. Дослідити специфіку використання молодіжного сленгу за гендерним принципом.
9. Охарактеризувати особливості функціонування англійського молодіжного сленгу на регіональному рівні.

Матеріалом дослідження слугували словники сленгізмів: Oxford Dictionary of Modern Slang; Dictionary of American Slang; словники молодіжного сленгу Тоні Торна (Tony Thorne) і Джона Ейто (John Ayto) та словник сучасного сленгу тінейджерів у Великобританії «The A-Z of Teen Talk» (Lucy van Amerongen). Ці словники допомогли нам скласти короткий вокабуляр сучасного сленгу молоді Великобританії. Також нами був проаналізований роман Дж. Селінджера «The Catcher in the Rye».

Гіпотеза дослідження ґрунтується на припущенні того, що сленг має великий вплив на формування культури мовлення молоді.

Методи дослідження. З урахуванням поставлених завдань у роботі застосовувалися такі лінгвістичні методи і прийоми: статистичний (метод кількісних підрахунків молодіжних жаргонізмів), описовий (такі прийоми, як спостереження, порівняння, зіставлення, узагальнення, класифікація для аналізу словників, художніх творів, інтернет ресурсів, які включають приклади молодіжних сленгізмів), семантичний аналіз (для аналізу смислового значення молодіжних жаргонізмів), словотвірний та дистрибутивний аналіз (для з'ясування структури слова з точки зору сучасної словотвірної системи та його оточення).

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному поданні сучасного молодіжного сленгу, розглянутого з точки зору його семантичних і словотворчих параметрів; в описі його основних лексико-семантичних полів і виявленні на цій основі базових культурологічних одиниць, що визначають мовні характеристики молодіжного сленгу.

Теоретичною значущістю роботи є систематизація теоретичних передумов дослідження англійського молодіжного сленгу, який, будучи складним лінгвістичним явищем, являє собою одну з суперечливих проблем сучасної стилістики.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання результатів даної роботи в подальших дослідженнях з лексикології та стилістики англійської мови.

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

Апробація результатів дослідження. Основні положення роботи пройшли апробацію на конференції «Макаренківські читання: філологічні та методичні студії» (СумДПУ імені А.С Макаренка, 16-18 квітня 2020 року) і були висвітлені в тезах «Особливості диференціації англійської лексики».

РОЗДІЛ 1

СОЦІОКУЛЬТУРНА ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛІЙСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

1.1 Молодіжний сленг як соціальний різновид мовлення

Як відомо, молодіжна мова завжди цікавила лінгвістів. Зміни в мові, їх соціальні причини та наслідки – одна з цікавих тем лінгвістики, в тому числі і жаргон, який завжди присутній в мові молодих людей. З розвитком комп'ютерних технологій в англійську мову став входити і комп'ютерний жаргон. Проникнувши в багато сфер англійської мови, жаргон стає засобом створення своєрідної експресії і істотною частиною повсякденного спілкування. Іноді некоректне використання жаргонної лексики може порушити комунікацію, викликавши певну реакцію з боку оточуючих, найчастіше дорослих людей. Вивчення молодіжного сленгу залишається актуальним і з філологічної, і з суспільної точок зору.

У даний час дослідження молодіжного жаргону актуальні в силу його затребуваності певною частиною суспільства, рухливості процесів, що відбуваються в ньому, широті поширення серед молоді. Сформований напрямок в мовознавстві – еколінгвістика (лінгвоекологія) – дозволяє вивчати молодіжний жаргон «через взаємодію мови з середовищем» [45, с. 20].

Однак у вивченні феномена мови молоді ще існують лакуни, є багато спірних питань.

Одне з них стосується термінологічного визначення даного поняття, що не виявлено специфічні характеристики і властивості, що дозволяють відрізнити його від таких мовних явищ, як, наприклад, арго, жаргон, інтержаргон, діалект, соціолект. Найбільш поширеними термінами для позначення молодіжної мови є молодіжний жаргон, молодіжний сленг і мова молодіжної субкультури. При цьому у вітчизняній соціолінгвістиці терміни

жаргон і сленг по відношенню до мови молоді прийнято вважати синонімічними.

Ми будемо розглядати термін «сленг» як синонім слова «жаргон», яке позначає соціальний різновид мови, що характеризується, на відміну від загальнонародної мови, специфічною лексикою і фразеологією, а також особливим використанням словотворчих засобів.

Зауважимо, що сленг – це змішування діалектизмів і розмовної мови молоді. Сленг зазвичай присутній у віці 14-20 років, потім же він поступається звичайному побутовому мовленню [46].

Крім того, сленг – це особливі слова, які або видозмінилися, або набули нового значення. Сленг вживається в різних групах. Нас же цікавитиме віковий сленг, а саме – молодіжний [46].

Із сучасних досліджень в українській лінгвістиці заслуговує на увагу визначення сленгу, що належить Л. А. Ставицькій: «Сленг–це практично відкрита мовна підсистема ненормативних, стилістично знижених лексико-фразеологічних одиниць, які виконують експресивну, що оцінює (зазвичай негативну) і евфемістичну функції» [38, с. 42].

Сленг (або жаргон) – це мова будь-якої соціальної групи, яка містить багато слів і виразів, відмінних від спільної мови, в тому числі штучних і умовних [33, с. 177]. Саме слово «жаргон» походить від французького «jargon», що в перекладі означає «мова криміналу». При цьому слід зазначити, що виникнення жаргону пов'язано з прагненням окремих груп протиставити себе суспільству або іншим соціальним групам, відгородитися від них, використовуючи засоби мови.

На відміну від загальнонародної мови, покликаний сприяти широкому спілкуванню людей, жаргон як «таємна» мова націлена на те, щоб приховати сенс сказаного від «чужака». Саме так, наприклад, з'явився жаргон старовірів-розкольників, переслідуваних державою і церквою. Ними була створена так звана «офенська мова» торговців книгами та іконами [8, с. 96 – 97]. Згідно з іншою версією, жаргон своєю появою зобов'язаний древньому народу –

афінянам, який для захисту від чужинців користувався особливою зашифрованою мовою. Ця мова передавалася від батьків до дітей, однак із занепадом нації нею стали користуватися тільки жебраки, розбійники і грабіжники. Поступово ця мова стала приналежністю злочинського світу [23].

У будь-якому випадку, поява жаргону пов'язана з криміналом, і націлена на захист осіб певної групи від «чужих вух». І в міру розвитку суспільства жаргон видозмінюється, підлаштовуючись під сучасні реалії і вимоги часу. У сучасному суспільстві люди свідомо чи несвідомо використовують десятки жаргонізмів (жаргонні слова або вирази), перетворюючи нашу рідну розмовну мову в силу історичних, культурних, політичних і соціально-економічних перетворень.

Фахівці виділяють кілька причин широкого поширення жаргону в сучасному суспільстві:

— популяризація «кримінальної романтики», що пропагується засобами масової інформації (кримінальні серіали, детективи, статті в журналах і газетах, які розповідають про красиве і важке життя кримінальних «авторитетів», осіб певних професій та ін.);

— широкий вплив американської англійської мови на інші мови світу, в тому числі і на українську, обумовлений розвитком техніки та інформаційних технологій (принтер, сканер, дисплей і т.д.), а також поклонінням перед усім закордонним (моніторинг – спостереження, менеджер – керуючий і т.д.) [54, с. 100].

Поряд з використанням з цих причин певної технічної, політичної та іншої термінології, в нашу розмовну мову повсюдно впроваджуються і різні «неправильні» слова, які не є загальноновизнаними з точки зору «правильної» української мови. У даний час існує безліч видів жаргонів: злочинський, спортивний, журналістський, військовий, комп'ютерний, молодіжний та ін., які використовують особи певних професій або вікових категорій для позначення приналежності до цих груп і полегшення спілкування всередині цих груп. При

цьому жорстких кордонів і заборон на використання окремих слів і виразів не існує, що є відмінною рисою сучасного сленгу.

Серед термінів, що визначають сленг, також широко використовуються два поняття: загальний сленг (*general slang*) і спеціальний сленг (*special slang*). Дж. К. Хоттен виділяє сленг всіх верств суспільства, а також сленг різних професій, занять і груп [60, с. 54]. Появу загального сленгу (*general slang*) відзначають А. Баррер і Ч. Г. Леланд [47, с. 34].

Сленг народжується в мові, в залежності від сфер і вікової категорії. Він спрощує мову, роблячи її більш лаконічною і зрозумілою в певній сфері знаходження. Молодь вигадує нові слова, для того щоб зробити свою мову унікальною і зрозумілою тільки своєму колу спілкування.

У будь-якій мові відбуваються зміни, простежити які можливо в словниковому складі мови [35, с. 934]. Нас цікавлять зміни, які відбуваються в англійській мові. Завданням нашої роботи є вивчення особливостей появи нових слів, а саме молодіжного сленгу в англійській мові.

Англійський сленг може стати окремою дисципліною, який вивчати можна безперервно. Адже він містить в собі стільки лінгвістичних словотворів, які дивують своєю популярністю. Багато слів, придумані в англійському сленгу, стали популярні і в інших країнах. Наприклад: *avatar* (аватарка – фото в соціальних мережах), *crazy people* (божевільні люди, які люблять відриватися) і багато інших.

Молодіжний сленг відображає прагнення молодих людей відрізнятись від дорослих, і бути схожими на інших підлітків. Це своя, не схожа на будь-яку мову, яка допомагає їм абстрагуватися від світу дорослих і створити свій, де свої правила і своя мова. Однак такі слова досить швидко впроваджуються і в мову звичайної людини. Раніше, дізнатися про нові слова молоді було набагато складніше, але з появою інтернету, різних молодіжних груп, слова стають відомі всім і кожному [5, с. 35].

У фільмах також можна зустріти безліч сленгових оборотів з вуст улюблених героїв. Знання англійського сленгу розширює словниковий запас

людей, які вивчають мову. Більш того, якщо ви заговорите з американцем на його звичній мові (сленговій), то ніяких проблем в розумінні один одного не виникне [5, с. 38].

Молодіжне комунікативне середовище характеризується використанням всіх лексико-стилістичних реєстрів, тяжіючи при цьому до зниженої лексики, лише незначну частину якої становить учнівський / студентський жаргон. Таким чином, розглядаючи молодіжний сленг, можна простежити всі явища, характерні як для самого молодіжного комунікативного середовища, так і для усного комунікативного середовища в цілому та виявити функціональне навантаження зниженої лексики.

Тож, представляється можливим виділити ряд причин вживання сленгу.

— По-перше, прагнення комунікантів спілкуватися один з одним, залишаючись незрозумілими для сторонніх.

— По-друге існує тенденція до мовної виразності, яку важко досягти, використовуючи виключно літературну лексику.

— І, нарешті, третьою причиною вимушеної мовної диференціації між поколіннями, на думку психологів і лінгвістів, стає зростаючий темп життя, за яким представники старшого покоління не завжди встигають [5, с. 39].

Поява мобільних телефонів з сервісом SMS, електронної пошти та інтернет-чатів сприяє тому, що в мові підлітків все частіше зустрічаються прості вербальні конструкції, за допомогою яких можна максимально швидко передати свою думку, що найчастіше викликає критику з боку більш консервативно налаштованої частини лінгвістичної спільноти.

Не в останню чергу з проблемою прискореного темпу розвитку інформаційних технологій (більшість комп'ютерних програм видаються англійською мовою) пов'язана проблема англізації німецької розмовної мови. Це призвело навіть до появи жартівливих термінів "*Denglish*" ("*deutsch*" + "*english*") і "*Germeng*" ("*german*" + "*english*") [59, с. 13]. За останніми даними, в німецьку мову перейшло близько 4000 запозичених слів з англійської мови та її американського варіанту [15, с. 3].

Англійська мова, що стала мовою інтернет-спілкування, активно використовується не тільки молодим поколінням, а й на телебаченні, в пресі. Процес запозичень посилюється настільки, що словники не встигають фіксувати всі зміни в мові [15, с. 4]. Вживання запозиченої лексики більш «продвинутою» молоддю також вибудовує стіну між поколіннями.

Але найбільшим експресивним забарвленням в будь-якій мові має табуована (інвективна) лексика. Приваблива сила даної лексики для молодого покоління має кілька причин. Не останнє місце займають її зручність, доступність, простота і навіть гнучкість. З точки зору психології, існує три причини, які передують «лайкам» і викликають цю реакцію людини. Ланцюжок цих причин німецький лінгвіст Райнхольд Аман представив в наступному вигляді: фрустрація (почуття розчарування), афект (стан напруги). Лайка є вербально-агресивною дією, яка відбувається в стані збудження і викликається найчастіше психологічним дискомфортом у мовця. Психологи вважають, що в багатьох випадках мовний акт лайки являє собою своєрідну розрядку, сприяє відновленню психічної рівноваги. Ще Ф. Ніцше зауважив, що фрустрація породжує в людині почуття агресії і афекти [46, с. 86], які можуть привести її до психічних захворювань.

Однак, Дж. Галліно, який досліджував процеси, що проходять в молодіжному сленгу, впевнений, що вживання підлітками жаргонної лексики відбувається найчастіше «з любові до мистецтва», тобто тільки тому що їм подобається лаятися, висловлюючи таким чином грубу і не завжди доречну, але іронію [38, с. 67].

Описуючи дослідження молодіжної лексики ХХ ст., британський лінгвіст М. Халід вводить термін антимова (antilanguage), що характеризується як «секретний код, який порушує закон і існує поза нормами субкультур – злочинців, жебраків, бродячих артистів – з характерними тільки їм рисами лексикалізації» [58, с. 102].

Систематизація сучасних робіт вітчизняних лінгвістів, розпочата О. В. Цібізовою [44, с. 113], дозволяє стверджувати, що їх дослідження спрямовані на

вивчення значущості молодіжного жаргону для різних сфер мовної комунікації, розгляд його як специфічного феномена культури (субкультури, контркультури), на виявлення особливостей словотворення, гендерної диференціації, на опис мовної особистості підлітка, аналіз проблем формування (історія, джерела, способи словотворення) і функціонування жаргонізмів в шкільних і студентських колективах, в неформальних групових об'єднаннях (панки, металісти і т. д.); в лінгвістичній літературі аналізується варіативність молодіжних жаргонних одиниць в залежності від віку, статі та місця проживання їх носіїв; розглядаються особливості жаргонної фразеології.

Дослідження молодіжної мови є актуальними в зарубіжній лінгвістиці. Якщо деякі лінгвісти зазвичай обмежувалися в основному систематизацією сленгу, виробленням різних підходів до його вивчення, що включають соціологічний і етнографічний, описом промов міської молоді, так як, на думку німецького лінгвіста К. Зорніга, юні городяни є головними носіями сучасного сленгу [70, с. 48], то публікації останніх десятиліть присвячені вивченню ролі молодіжного жаргону в формуванні соціальної ідентичності [54, с. 32].

Оцінюючи досягнення своїх колег, М. Терна-Абах зазначає, що в сучасних дослідженнях аналіз мови молоді проводиться з позицій корелятивного, розмовно-аналітичного та соціолінгвістичних підходів і обмежується лексикографічною документацією, семантичною класифікацією і етимологічним описом сленгізмів [71].

Тож, вагому частину розмовної мови становить сленг, або жаргон, який грає величезну роль у вивченні мови. Найбільший інтерес викликає молодіжний жаргон як найдинамічніша частина лексичної системи мови, адже у молодіжному жаргоні, як в дзеркалі, відбивається процес змін в суспільстві.

1.2 Типологія молодіжного сленгу в англійській мові

До початку XXI ст. культурна сфера молоді придбала нові специфічні риси: переважно рекреативний розважальний характер; «вестернізація»

культурних потреб; низький рівень індивідуальності та вибірковості культури, наслідування загальноприйнятим стереотипам; пріоритет споживацтва над творчістю; відсутність етнокультурної самоідентифікації.

Найдоступнішим полем діяльності для молоді стало дозвілля, яке в більшості випадків виконує рекреативну функцію, в той час як пізнавальні інтереси реалізуються недостатньо або не реалізуються зовсім. Такий стан справ базується на змісті телевізійних програм, що переважно поширюють цінності масової культури, а цінності традиційної національної культури йдуть на другий план. Відбувається формування молодіжної субкультури.

У науці під субкультурою прийнято розуміти «особливу сферу культури, суверенне утворення всередині пануючої культури, що відрізняється власним ціннісним ладом, звичаями, нормами» [17, с. 76].

Молодіжна субкультура – це не що інше, як форма самовираження молодих. Можна виділити окремі класифікації молодіжних організацій за напрямками їх діяльності (захопленням), поведінки, світогляду. Існує кілька класифікацій молодіжних об'єднань. І всі ці об'єднання використовують в спілкуванні жаргонні слова та вирази (молодіжний сленг).

Молодіжний сленг, використовуваний членами тієї чи іншої субкультурної групи, багато чого взяв з лексики зниженого, вульгарного розмовного стилю, ввібрав слова і вирази із уже існуючих жаргонів, а також створив безліч нових слів, використовуючи звичайні для англійської мови способи словотвору.

Очевидно, що даний вид сленгу повинен включати в себе мінімум два своєрідних пласта: по-перше, слова, що позначають поняття і реалії, специфічні для даної групи людей, тобто для «своїх», і, по-друге, слова, що позначають поняття і реалії, які треба приховати від «чужих».

Вибір молодіжного жаргону (сленгу) як об'єкта дослідження не випадковий. Молодість як соціально-психологічне явище обумовлює особливі форми поведінки, в число яких входить і жаргон. Говорячи про супутні жаргону екстралінгвістичні фактори, В.Д. Бондалетов зазначає: «Жаргон

породжується соціально-психологічною спільністю його носіїв – зазвичай молодих людей, яким властиві "емоційна надмірність", максималізм, своє уявлення про життєві цінності, норми поведінки, свій особливий стиль і манери (зовнішній вигляд, одяг, жести), почуття солідарності і "групового духу"» [7, с. 71]. Ці риси психології і поведінки молоді з неминучістю відображаються в її жаргоні у вигляді особливих лексико-фразеологічних одиниць, які відкривають великі можливості для дослідження. Оскільки молодість є універсальним загальнолюдським феноменом, було б природно припустити, що молодіжний жаргон або подібний до нього мовний код присутній у всіх мовних архісистемах.

Сьогодні всі верстви суспільства в більшій чи меншій мірі використовують сленг у своїй повсякденній мові. Багато хто навіть не здогадується про те, що слова які вживають є сленгізмами. У деяких випадках, сленг фактично перевершує літературну мову, займаючи таку позицію в рідній мовою, що іноді просто неможливо обійтися без нього. Сленгізми змогли узурпувати місце багатьох стандартних слів і тепер продовжують надавати великий вплив на літературний стандарт мови.

Сленг сьогодні не є мовою якогось одного класу суспільства, а навпаки проникає в усі верстви суспільства. Зауважимо, що природа сленгу, більшою мірою, залежить від місця розташування. Так, сленг Лондона сильно відрізняється від Нью-Йоркського. Тим не менш, багато сленгізмів розуміють всюди. Наприклад *"to kick the bucket," "to cross the Jordan," "to hop the twig"* означають одне і те ж (піти з життя) і в Америці, і в Австралії, і в Англії, і в Ірландії.

Існують певні види сленгу, що відносяться до певної професії або прошарку суспільства. Наприклад, студентський сленг, політичний або спортивний. Сленг можна грубо розділити на дві частини – вульгарний сленг, використовуваний неосвіченою частиною населення, і благородний сленг так званих вищих шарів суспільства, освічених і заможних. Однак, в сучасній мові ці відмінності невеликі. В обох випадках головна мета використання сленгу –

зробити свою думку більш яскравою, пікантною і короткою, ніж це дозволяють стандартні слова [44, с. 86].

Коли дівчина хоче похвалити дитину, вона скаже: "*Oh, he is awfully cute!*" Просто сказати *very nice* недостатньо для точного вираження думки. Коли молода людина бачить красиву дівчину, він скаже: "*She is a peach, a bird, a cuckoo*" це буде більш виразно і експресивно, ніж "*She is a beautiful girl*", "*a handsome maiden*", "*or*" *lovely young woman*". Коли політик здобуває перемогу над своїм суперником, він скаже "*it was a cinch*", щоб показати, як легко йому було перемогти [52, с. 97].

Як ми зазначали у пункті 1.1 усі одиниці сленгу можна віднести або до загального, або до спеціального сленгу (*general and special slang*).

Спеціальним сленгом користуються люди, пов'язані спільністю інтересів і займають однакове становище у суспільстві. Так, існує сленг студентський, спортивний, військовий і т. д. Загальний сленг не закріплений за певною групою людей, але також знаходиться за межами літературної мови [2, с. 43].

В. А. Хомяков характеризує загальний сленг, як досить стійкий для певного періоду часу, широко поширений і загальнозрозумілий шар лексики і фразеології, який використовується в живій розмовній мові (іноді з фонетичними, морфологічними і синтаксичними особливостями), вельми неоднорідний за своїм генетичним складом і ступенем наближення до літературної мови, що має яскраво виражений емоційно-експресивний оціночний характер, що представляє часто протест-насмішку проти соціальних, етичних, естетичних, мовних і інших умовностей і авторитетів [29, с. 112].

І. В. Арнольд також ділить сленг на загальний і спеціальний, в залежності від сфери вживання. Крім того, вона відзначає, що згідно з семантичною системою словникового складу англійської мови, якщо сленгізм позначає нове і необхідне поняття, то він може закріпитися в літературному стандарті англійської мови. Однак якщо семантика сленгізмів відзначається лише новизною, то існування такої одиниці не відрізняється особливою тривалістю,

вона не затримується в мові надовго, утворюючи, таким чином, найбільш мінливу частина словникового складу мови [3, с. 64].

Крім того, сленг можна класифікувати за способом утворення. Поповнення складу сленгу відбувається, як і поповнення словникового складу. Згідно Е. М. Береговською, різниця між словотвором в мові в цілому і конкретно утворенням одиниць сленгу складається лише в пропорціях і поєднаннях [5, с. 32].

Наведемо деякі найбільш типові способи утворення сленгізмів:

1. іншомовні запозичення

swami guy – божественна людина (від *swami* – індуїстський бог)

2. афіксація

Згідно з дослідженнями В. Г. Вилюмана роль цього способу утворення сленгізмів незначна [13, с. 47].

smiley – знак-символ

hacker – програміст-фанатик

kludgy – зроблений наспіх

crocky – ніжний, що боїться змін

chunking – розбивка на шматки

3. метафоризація (придбання словом метафоричного значення)

hold on to your socks – так що тримайтеся

to put a blow-torch – дати чарівного стусана

stay kind (be healthy) – будьте здорові

to peak career-wise – зайнятися кар'єрою

to shake a bit – потанцювати

to bust out some moves – показати клас в танці

На думку В. Г. Вилюмана, переосмислення слів в зв'язку з їх переносним вживанням, звуженням і розширенням значення відіграє основну роль в утворенні нових одиниць сленгу [13, с. 56].

4. антономазія (літературний вид заміни імен, що складається з того, що

загальне ім'я замінюється власним і навпаки)

5. стяжіння

gottum – got him, got them

6. абрєвіація

pen – penetriary, prowlie – prowl car, nix – no, dick – detective, competish – competition, rep – reputation, pixels = pix – photos, 24 / 7-24 години на добу 7 днів на тиждень

7. словоскладання

snail-mail – старомодний спосіб передачі інформації

flatworm – підкреслення

user-friendly – система зі зручними засобами спілкування та ін.

cyberbuddy – співрозмовник в Інтернеті

У передмові до складеного ним словником Е. Партрідж виділяє тринадцять причин вживання сленгу [67, с. 54]:

- "для розваги";
- як прояв почуття гумору;
- з метою підкреслити свою несхожість, оригінальність;
- для надання мови більшої яскравості та образності;
- з метою здивувати;
- щоб уникнути кліше і багатослів'я;
- для збагачення свого словникового запасу;
- для надання конкретики абстрактним явищам;
- для применшення урочистості, печалі, трагедії;
- для того щоб «стати своїм» в компанії;
- для створення дружньої, інтимної атмосфери;
- для демонстрації приналежності до будь-якої соціальної групи, класу, наслідування моди, переваги над співрозмовником;
- з метою приховування предмета комунікації.

Також слід додати важливий фактор так званої модності вживання, так як в сучасному світі вона відіграє дуже велику роль в житті суспільства. У своїй статті «Про феномен моди в мові» І.Т. Вепрево визначає набір параметрів модного слова [10, с. 76]:

— Сучасність і новизна. Це базові ознаки модного слова. Новизна – одна з головних цінностей сучасності.

Універсальність.

— Вона безпосередньо пов'язана з частотністю та активністю вживання слова. З універсальністю пов'язана така риса моди, як масовість.

— Демонстративність. Модне слово завдяки своїй демонстративності стає маркером для адекватної оцінки суб'єктів спілкування і швидкої експресивної демонстрації свого Я.

— Гра. Однак слід зазначити, що ігровий початок моди стимулює постійну зміну модних стандартів. Не дарма кажуть, що нове – це добре забуте старе.

Тож, можна зробити висновок, що сленг ділиться на загальний і спеціальний. Спеціальним сленгом користуються люди, пов'язані спільністю інтересів і займають однакове становище у суспільстві, в той час як загальний сленг не закріплений за певною групою людей, але також знаходиться за межами літературної мови. Крім того сленг можна класифікувати за способом утворення.

1.3 Особливості функціонування сленгових систем англомовних молодіжних угруповань

Базовим рівнем будь-якої природної мови як певної взаємозалежної системи є лексичний рівень. За обсягом вокабуляра можна судити про мовну компетентність конкретного носія. Лексика становить той мовний пласт, який в першу чергу диференціює мови і цілі лінгвокультури. Отже, питання вивчення

певних пластів лексики в якості мовних маркерів національної культури є обґрунтованим і актуальним в контексті розширення міжнаціональних зв'язків і полікультурного простору комунікації, а також входження людства в еру глобалізації і повсюдної інформатизації.

Існування молодіжного жаргону як особливого соціокультурного феномену багато в чому визначається потребою в «своїх», корпоративних, більш виразних емоційно-експресивних вторинних найменуваннях, які підкреслюють вікову і психологічну єдність молоді, її протиставлення, негативне або критичне ставлення як до офіційної культури, так і до загальноприйнятої форми спілкування. Молодіжний жаргон відрізняється стрімкою мінливістю, плинністю лексичної системи, дифузністю і відкритістю її кордонів.

«Молодіжний жаргон – один із символів молодіжної субкультури і може розглядатися тільки в загальному контексті всієї системи культури» [21, с. 5]. «Молодіжний соціум – це мультикультурне утворення з чіткими паролями і певним функціональним пристроєм, лексичні нововведення в якому існують на різних рівнях; носії, використовуючи жаргон у мові, переслідують конкретні цілі: це номінування реалій, експресивне забарвлення мови, креативність в утвореннях, мовна гра. Молодіжна субкультура є однією із ступенів соціалізації, без неї неможливий подальший перехід молодих людей у доросле життя» [21, с. 6].

Дискурсивні слова, або дискурсиви, – це вербальні способи вираження допоміжної функції в комунікації. До них відносяться особливі лексичні одиниці: слова, словосполучення і стійкі мовні звороти (іноді пропозиції), загальна функція яких полягає у допомозі комунікантам в процесі створення дискурсу, його реалізації та сприйняття [12, с. 34].

Дискурсиви носять транскатегоріальний характер, критерієм об'єднання всіх цих різнорідних одиниць в один клас дискурсивів є їх загальна функція, пов'язана з регулюванням мовного контакту і організацією дискурсу в допомогу адресату. Визначення меж класу дискурсивних слів є дискусійним питанням в

лінгвістиці, загальноприйнятого списку таких слів не існує і, ймовірно, не може існувати. Різні лінгвісти по-різному визначають як самі дискурсивні слова, так і кордони і обсяг класу цих слів. Цей клас поповнюється новими одиницями, які в силу різних причин, наприклад десемантизації, переходять в цей клас. Багато дискурсивів є словами знаменних частин мови і стають дискурсивними лише за певних умов. При регулярному виконанні дискурсивних функцій такі слова можна відносити до класу дискурсивів, незважаючи на їх споконвічну знаменність і приналежність до тих чи інших частин мови (наприклад: скажімо, ймовірно, розумієш і ін.). Проте більшість лінгвістів сходяться на думці про те, що дискурсиви відповідають в конкретному дискурсі за його організацію та оформлення, регулюють відносини між тим, хто говорить і слухає, прояснюють позицію мовця [12, с. 35].

Дискурсивні функції умовно можна розділити на дві групи: регулятивного і організаційного характеру. Регулятивні функції пов'язані з виразом різного ступеня достовірності висловлювання, додаткових смислів, своєї думки, оцінок змісту і мови, емоційного ставлення, вчиненням мовних дій, розстановкою акцентів, виділенням головного, регулюванням відносин мовця і слухача. Організаційні функції проявляються на рівні пропозиції і на рівні тексту і дискурсу. На рівні пропозиції дискурсиви пов'язують кілька пропозицій або їх частини – це сигнали логічних відносин, введення прикладу, додавання інформації, пошуку слова [12, с. 35].

Дискурс *like* привертає особливу увагу лінгвістів в зв'язку з його яскраво вираженою дифузністю. Сучасні словники визначають значення *like*, вжитого в якості дискурсива, в такий спосіб:

- 1) заповнювач паузи (*The water was, like, really cold*);
- 2) маркер чужої мови (*I asked Dave if he wanted to go, and he's like, no way!*);
- 3) сигнал для опису чого-небудь, що важко описати, або коли замість опису використовуються вигуки (*She was like, huh? (= She did not understand)*) [62, с. 177]. Крім того, *like* використовується просто як акцент (*He was, like,*

gorgeous), а також для створення ефекту вибачення, некатегоричності, незручності (*I need to, like, borrow some money*).

Дослідники відзначають, що часто *like* є маркером так званої «гламурної» мови і використовується, поряд з іншими «модними» проявами, такими як питальна інтонація в стверджувальних висловлюваннях (*uptalk*) і особливі «скрипучі» гортанні артикуляції фінальних голосних (*vocal fry*), в основному молодими людьми та підлітками для позначення своєї приналежності до особливого соціального кола, є маркером солідарності і частиною «модної» поведінки. Зародилася ця мода на початку 2000-х р. в Каліфорнії (США), але зараз поширилася і в Великобританії. Причому якщо спочатку ці явища були типові лише для молодих дівчат, то зараз вони реєструються в мові молодих чоловіків навіть частіше, ніж у жінок [73]. Лінгвісти вважають, що ті, хто часто використовує в мові *like*, виглядають більш привабливими, життєрадісними, доброзичливими, успішними, але в той же час і менш освіченими, розумними і цікавими [51, с. 56].

Англійські дискурсиви *right, well, so, you know, sort of, like, I mean, I guess* використовуються в різних ситуаціях – вони пом'якшують, знижують авторитарність і категоричність сказаного, пов'язують частини висловлювання, є сигналом «активного і кооперативного слухання» [12, с. 22], заповнюють паузи і служать засобом плавного вступу в розмову, висловлюють невпевненість і сумнів і т. д. Важливо, що, будучи дуже частотними словами, деякі з цих дискурсивів (наприклад, *now* і *so*), навіть при своєму надмірному вживанні не створюють враження слів-паразитів, не оцінюються носіями мови негативно [51, с. 57]. Ці та багато інших дискурсивів сприймаються як абсолютно органічний і природний компонент спонтанної мови, як справжні слова-помічники, без яких мова іноземців, наприклад, здається англійцям і американцям сухою, напруженою, грубою і категоричною. Низький рівень категоричності мови і навіть деяка її навмисна ухильність вважаються в англійській культурі ознакою хорошого тону, ввічливості, турботи про адресата і в цілому тим, до чого повинен прагнути хороший оратор [48, с. 365].

Що стосується *like*, то воно розцінюється як слово, яке засмічує мову, і багато американських батьків, наприклад, роблять своїм дітям зауваження в зв'язку з частим використанням ними цього слова-паразита [73]. Надмірна присутність в мові *you know, I mean, I guess* також викликає негативну реакцію носіїв англійської мови [48, с. 366]. Цікаво, що серед тих, хто вивчає англійську мову існує думка, що для того, щоб зуміти взяти участь в бесіді з носієм мови, досить просто вивчити кілька дискурсивних маркерів типу *okay, well, right*.

До основних функцій сленгу слід віднести номінативну, когнітивну, емоційно-оцінну, експресивну, світоглядну, езотеричну, ідентифікаційну, економії часу [13, с. 87].

Найбільш важливою для сленгу є ідентифікаційна функція. Завдяки їй той хто говорить сигналізує про свою соціальну приналежність до певного мовного колективу. Також дуже важливою є експресивна функція, завдяки якій мова того хто говорить набуває особливої виразності. Емоційно-оціночна функція грає велику роль для сленгу, так як сленгізмам властиве емоційно-оцінне забарвлення.

Когнітивна функція реалізується в тому, що багато найменувань в сленгу несуть в собі додаткову інформацію, відсутню в стандартних позначеннях, і за допомогою цього представляють додаткові знання про навколишній світ. Когнітивна функція сленгу проявляється в тому, що багато найменувань в сленгу несуть в собі додаткову інформацію, відсутню в стандартних позначеннях, і за допомогою цього репрезентують додаткові знання про навколишній світ. Крім того, «когнітивні сленгові найменування визначаються дуже високим ступенем метафоричності» [32, с. 22]. При метафоричному перенесенні значення той хто говорить виділяє ті ознаки об'єкта, які він вважає найбільш важливими, і на їх основі отримує нове, переосмислене значення.

Номінативну функцію виконують сленгізми, що позначають специфічні явища, притаманні даній субкультурі, а також поняття, для яких вже існують слова в літературній мові. У першому випадку відбувається заповнення термінологічних лакун, а в другому випадку сленгове слово передає специфіку

вже існуючого явища в діяльності або свідомості носіїв певної сленгу. Як правило, в даному випадку, відбувається звуження поняття, його специфікація.

«При номінації слів, для яких вже існують широковживані слова, номінативна функція тісно переплітається з іншими функціями сленгу, такими, як: експресивна, світоглядна та емоційно-оцінна. Це пов'язано з тим, що часто такі вторинні номінації виникають, коли в традиційному суспільстві і субкультурі носіїв певного соціального сленгу існують різні ціннісні установки. Ця різниця передається і фокусується в складі сленгізмів» [19, с. 105].

Комунікативна функція співвідноситься з номінативною, так як найменування в сленгу і в мові з'являються внаслідок комунікативних потреб мовця. Комунікативна і когнітивна функції сленгу також взаємопов'язані. «Номінативні одиниці, які мають еквівалентність в стандартній мові, безсумнівно володіють високою комунікативною значимістю, тому що вони спрощують, а часом визначають процес комунікації. Ці лексичні одиниці також і когнітивно-важливими, тому що вони входять в мовну картину світу як унікальні елементи». Для опису таких лексичних одиниць словами стандартної мови доводиться використовувати розгорнуті словосполучення: *Vag lady* – “*a homeless lady who lives in public places and carries her possessions in shopping bags*” [32, с. 22].

На мову впливають вікові і професійні особливості мови того, хто говорить, його приналежність до певного соціального середовища, а також відмінності, пов'язані зі ступенем культури і освіти, відповідно слід говорити про світоглядну функцію сленгу. «Часто номінація відображає ціннісні установки носіїв сленгу, іноді одні проти традиційного суспільства (кримінальний сленг, сленг наркоманів, хіпі і т.д.). Світоглядний підтекст сленгізмів, іноді усвідомлюваний підсвідомо, спонукає людей на вживання в мові подібної лексики. З'являючись в мові суб'єкта, подібна лексика вже висловлює його життєву позицію» [19, с. 106].

Для сленгу також характерна езотерична функція. Вона полягає в тому, що одиниці сленгу відбивають властивим членам будь-якої групи почуття солідарності або навіть вороже, глузливе ставлення до сторонніх [26, с. 123].

Сленгізми можна розглядати як своєрідні символи для вираження понять або почуттів, доступних для розуміння лише «своїх», людей, що належать до тієї чи іншої групи. Таким чином, сленг є одним з обов'язкових атрибутів групи і впливає на її оформлення. За допомогою мови людина може бути частиною певної соціальної групи, якій властиві та чи інша норма поведінки, стиль, манери, одяг, і т. д. Тим же самим способом людина може висловити свої думки [18, с. 87].

Крім того, сленг виконує функцію економії часу. Він допомагає економити час і так званий простір написання, завдяки різноманітним аббревіатурам, а також завдяки властивій сленгу експресивності. Сленгізми володіють об'ємним вмістом, тому що не тільки називають, але і характеризують будь-яка особу, предмет або явище [26, с. 65].

Н. Д. Матарікіна відносить нормативну функцію (або функцію відокремлення) до основних функцій сленгу, пояснюючи це тим, що за допомогою свого особливого слововживання молоді люди ізолюються від суспільних традицій, а також від різних соціокультурних угруповань всередині молодіжної субкультури [31, с. 97].

Ще одна функція, яка виділяється дослідниками (Т. Є. Захарченко, С. С. Волков, Е. В. Сенько, О. С. Ахманова та ін.) – експресивна. Однією з основних експресій, яку несуть з собою слова сленгу, є гумористична, вона дозволяє привернути увагу до співрозмовника, зробити мову яскравою, а також приховати смуток. Частим випадком експресивної функції є емоційно-оцінна функція, тобто передача ставлення мовця до званому їм об'єкту [19, с. 36]. Крім того Захарченко виділяє функцію економії часу, відзначаючи, що до неї відносяться скорочення і аббревіації, використовувані для стислості висловлювань в усному мовленні.

Розглянувши різні класифікації вітчизняних вчених, в своїй роботі ми беремо за основу класифікацію Ю. В. Лаптевої, тому що вона об'єднує всі основні функції, виділені іншими авторами. Однак слідом за Г. Р. Івановою, ми вважаємо, що номінативна і комунікативна функція поєднуються одна з одною, так як усі нові найменування в сленгу з'являються внаслідок комунікативних потреб мовців [32, с. 22]. У нашому дослідженні ми об'єднуємо номінативну функцію з комунікативною і відносимо до основних функцій молодіжного сленгу, перш за все:

1. номінативну (в поєднанні з комунікативною): в системі сленгу різні явища набувають нові найменування, більш емоційні, крім того, з'являються слова, для визначення яких не існує слів в стандартній мові;

2. когнітивну, суть якої полягає в тому, що багато слів у сленгу містять в собі додаткову інформацію, відсутню в формальних, стандартних позначеннях, завдяки чому, надають додаткову інформацію про навколишній світ;

3. експресивну (часто емоційно-оцінну), суть якої полягає в тому, що вона репрезентується за допомогою сленгізмів, що виражають певне ставлення до якихось явищ, наприклад, зневажливе, іронічне і т. д. ;

4. ідентифікаційну: сленг є певним сигналом, що допомагає розпізнати «свого» серед «чужих»;

5. функцію економії часу: сленг допомагає економити час спілкування, використовуючи різні скорочення, аббревіація [27, с. 159].

На закінчення можна сказати, що молодіжний сленг має п'ять основних функцій: номінативну (більш емоційні найменування для існуючих явищ, а також нові найменування для слів неіснуючих в літературній мові), когнітивну (слова, що містять в собі додаткову інформацію, відсутню в стандартних позначеннях, характеризується метафоричністю), експресивну (слова, які виражають певне ставлення мовця до дійсності), ідентифікаційну (слова-паролі, використовуються для приховування теми бесіди, а також, щоб ізолювати свою групу від інших), функцію економії часу (скорочення і аббревіації).

Висновки до розділу 1

У першому розділі ми розглянули термін «жаргон» як синонім терміну «сленг» яке позначає соціальний різновид мови, що характеризується, на відміну від загальнонародної мови, специфічною лексикою і фразеологією, а також особливим використанням словотворчих засобів.

Зауважимо, що сленг – це змішування діалектизмів і розмовної мови молоді. Сленг зазвичай присутній у віці 14-20 років, потім же він поступається звичайному побутовому мовленню. Крім того, сленг – це особливі слова, які або видозмінилися, або набули нового значення.

Завдяки аналізу теоретичних джерел було встановлено, що за структурою сленг розподіляється на загальний і спеціальний. Спеціальним сленгом користуються люди, пов'язані спільністю інтересів і займають однакове становище у суспільстві, в той час як загальний сленг не закріплений за певною групою людей, але також знаходиться за межами літературної мови. Крім того сленг можна класифікувати за способом утворення: іншомовні запозичення, афіксація, метафоризація (придбання словом метафоричного значення), антономазія (літературний вид заміни імен, що складається з того, що загальне ім'я замінюється власним і навпаки), стяжіння, аббревіація, словоскладання.

У нашому дослідженні ми описали основні функції молодіжного сленгу: номінативну (в поєднанні з комунікативною), когнітивну, експресивну, функцію економії часу.

РОЗДІЛ 2

СЛЕНГ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ КАРТИНИ СВІТУ АНГЛОМОВНОЇ МОЛОДІ

2.1 Становлення мовної картини світу представників молодіжної субкультури

У сучасній науковій парадигмі лінгвістичних досліджень, зокрема, в лінгвокультурології та лінгводидактиці, одним з пріоритетних є вивчення співвідношення мови, культури і мислення і різних способів відображення дійсності в тому чи іншому етносі. Ефективність міжкультурної комунікації та викладання іноземних мов багато в чому залежить від знання етнічних, групових та інших особливостей мови, культури, національного менталітету досліджуваного етносу і здатності до неконфліктного, взаємозацікавленого спілкування.

У даний час розширилися міжнародні контакти; в центрі уваги комунікативної і антропоцентричної лінгвістики стоїть взаємовідношення мови і людини; активізувався інтерес до міжкультурної комунікації та міжкультурного розуміння, національної самобутності різних народів. Крім того, збільшується число міжетнічних конфліктів, які потребують врегулювання. Усе сказане вище свідчить про актуальність досліджень в сфері міжкультурної комунікації.

У процесі пізнання і освоєння природи людиною навколишній світ постає в трьох формах:

- 1) реальна картина світу – об'єктивна даність, світ, що оточує людину;
- 2) культурна (або понятійна) картина світу – це відображення реальної картини світу через призму понять, сформованих на основі уявлень людини, отриманих за допомогою органів чуття і пройшли через його свідомість, як колективне, так і індивідуальне;

3) мовна картина світу – це відображення реальності через культурну картину світу.

Культурна картина світу різна у різних народів, вона специфічна. Культурна і мовна картини світу взаємопов'язані, взаємодіють і залежать від реальної картини світу, тобто реального світу, який оточує людину [41, с. 56].

Інші членування дійсності створюють поняття наївної картини світу і наукової картини світу: «наївні картини світу, які добуваються шляхом аналізу значень слів різних мов, можуть в деталях відрізнитися один від одного, в той час як наукова картина світу не залежить від мови, на якій вона описується»[1, с. 59].

У мові відбивається не тільки реальний світ, що оточує людину, не тільки реальні умови його життя, але і суспільна самосвідомість народу, його менталітет, національний характер, спосіб життя, система цінностей, світовідчуття, бачення світу.

З шістдесятих років XX століття проблема картини світу розглядається в рамках семіотики при вивченні первинних моделюючих систем (мови) і вторинних (міфу, релігії, фольклору, поезії, прози, кіно, живопису, архітектури і т.д.). Культура при цьому підході трактувалася як «пам'ять колективу», і її головним завданням визнавалася структурна організація навколишнього світу, що знаходить своє вираження в моделі світу [28, с.16–17]. Відповідно, якщо різні знакові системи по-різному моделюють світ, значить, і різними мовами формують неоднакові моделі світу.

Звернемося до термінології. Термін «картина світу», що вживається в філософії, мовознавстві, фізиці та інших дисциплінах, трактується по-різному. На думку Б. А. Серебренникова, вперше дане поняття було висунуто у фізиці в кінці XIX – на початку XX ст. Г. Герц застосовував цей термін по відношенню до фізичної картини світу, що трактувалася ним як «сукупність внутрішніх образів зовнішніх предметів, з яких логічним шляхом можна отримувати відомості щодо поведінки цих предметів» [36, с. 12]. Внутрішні образи, або символи, зовнішніх предметів, що створюються дослідниками, по Г. Герцу,

повинні бути такими, щоб «логічно необхідні слідства цих уявлень були в свою чергу образами природно необхідних наслідків відображених предметів» [36, с. 12].

М. Планк розумів під фізичної картиною світу «образ світу», що формується фізичної наукою і відбиває реальні закономірності природи. М. Планк розрізняв практичну і наукову картини світу. З першою він пов'язував цілісне уявлення людини про навколишній світ, яке виробляється їм поступово на основі власних переживань. Наукову картину світу він трактував як модель реального світу в абсолютному значенні, незалежного від окремих особистостей і всього людського мислення [36, с. 15].

В.І. Карасик визначає картину світу як «цілісну сукупність образів дійсності в колективній свідомості» [25, с. 102]. Складовими частинами, на його думку, є образи і поняття. Образи – це будь-які перцептивні, об'єктивно існуючі або вигадані психічні утворення, сформовані в свідомості. Поняття – це логічно оформлені загальні думки про класи предметів або явищ.

Картина світу являє собою складну систему образів, що відображають дійсність в колективній свідомості. Розрізняють наукову і наївну картини світу, причому, якщо перша оперує термінами і побудована на практичних і теоретичних знаннях, то друга більш діалектична і допускає суперечливі визначення речей. Згідно А. Вежбицькій [9, с. 33], у всіх природних мовах є елементарні концепти (семантичні примітиви), які є фундаментальними для людства (тобто частиною генетичної спадщини). Здається, що ці семантичні примітиви характерні саме для наївної картини світу.

Інтерес до мовної картини світу виявляється ще в роботах В. Гумбольдта, який писав, що «різні мови є для нації органами їх оригінального мислення і сприйняття». Особливість духу і будова мови будь-якого народу, – пише В. Гумбольдт, – так між собою внутрішньо пов'язані, що якби одне з них було дано, друге має бути з нього виведено. Мова є також зовнішнім проявом духу народів. Мова – це їх дух, а їх дух – це їхня мова. Ніколи не вдається в достатній мірі висловити їх ідентичність» [16, с. 147].

До кінця ХХ століття з'явилося багато робіт, присвячених даній проблемі: роботи Г.А. Брутян, С.А. Васильєва, Г.В. Колшанського, Н.І. Сукаленко, М. Блека, Д. Хаймса, колективна монографія «Людський фактор в мові. Мова і картина світу» та ін.

Мовна картина світу не стоїть поруч зі спеціальними картинами світу, вона їм передує і формує їх [43, с. 63], тому що людина здатна розуміти світ і саму себе завдяки мові, в якій закріплюється суспільно-історичний досвід – як загальнолюдський, так і національний. Останній і визначає специфічні особливості мови на всіх її рівнях. В силу специфіки мови у свідомості її носіїв виникає певна мовна картина світу, крізь призму якої людина бачить світ.

Ю. Д. Апресян [1, с. 87] підкреслював донауковий характер мовної картини світу, називаючи її наївною картиною. Мовна картина світу як би доповнює об'єктивні знання про реальність, часто спотворюючи їх. Вивчаючи семантику цих слів, можна виявити специфіку когнітивних (розумових) моделей, що визначають своєрідність наївної картини світу.

Мова є найважливішим способом формування та існування знань людини про світ. Відображаючи в процесі діяльності об'єктивний світ, людина фіксує в слові результати пізнання. Сукупність цих знань, відбитих у мовній формі, являє собою те, що в різних концепціях називається «мовний проміжний світ», «мовна репрезентація світу», «мовна модель світу», або «мовна картина світу».

Мовна картина світу – це:

- «сукупність знань, відображених в мовній формі» [30, 64];
- «історично склалася в повсякденній свідомості даного мовного колективу і відображена у мові сукупність уявлень про світ, певний спосіб концептуалізації дійсності» [41, с. 89]

На думку багатьох дослідників, мовна картина світу формує тип ставлення людини до світу. Вона задає норми поведінки людини в світі, визначає її ставлення до світу. Кожна природна мова відображає певний спосіб сприйняття і організації («концептуалізації») світу.

Висловлені в ній значення складаються в якусь єдину систему поглядів, свого роду колективну філософію, яка нав'язується в якості обов'язкової всім носіям мови.

Відзначається, що термін «мовна картина світу» – це не більше ніж метафора, бо в реальності специфічні особливості національної мови, в яких зафіксовано унікальний суспільно-історичний досвід певної національної спільноти людей, створюють для носіїв цієї мови не якусь іншу, неповторну картину світу, відмінну від об'єктивно існуючої, а лише специфічне забарвлення цього світу, обумовлене національною значимістю предметів, явищ, процесів, виборчим ставленням до них, яке породжується специфікою діяльності, способу життя і національної культури даного народу.

На формування мовної картини світу впливають традиції, природа і ландшафт, виховання, навчання та інші соціальні чинники.

Говорячи про співвідношення національної культури, особистості й мови не можна не процитувати слова з книги Е. М. Верещагіна і В.Г. Костомарова «Мова і культура»: «Людина не народжується ні росіянином, ні німцем, ні японцем і т. д., а стає ним в результаті перебування у відповідній національній спільноті людей. Виховання дитини проходить через вплив національної культури, носіями якої є оточуючі люди»[41, с. 25].

Проте істотну роль у вихованні особистості відіграє мова, нерозривно пов'язана з культурою. Людина з першої хвилини народження занурюється в звуки своєї рідної мови, яка знайомить її з навколишнім світом, нав'язуючи їй «ту картину, яку» намалювали »до нього і без нього. Одночасно через мову людина отримує уявлення про світ і суспільство, членом якого вона стала, про його культуру, тобто про правила співіснування, про систему цінностей, моралі, поведінку і т.д.»[30, с. 135].

З точки зору співвідношення національної культури, особистості й мови, перейдемо до розгляду національного характеру і стереотипів.

Існують різні терміни, що позначають самотність і специфічні риси конкретного народу: народний дух, національна свідомість, етнічна ідентичність, етнічне уявлення (Н.А. Єрофєєв), психологічний склад нації (С.М. Арутюнян) та ін. Однак найбільш поширеним терміном залишається «національний характер».

С. М. Арутюнян говорить про існування «психологічного складу нації», визначаючи його як «своєрідний національний колорит почуттів та емоцій, способу мислення і дій, стійкі і національні риси звичок і традицій, що формуються під впливом умов матеріального життя, особливостей історичного розвитку даної нації і які відповідають специфіці її національної культури» [4, с. 23].

Досить поширеною є думка про національний характер, згідно з яким це не просто сукупність своєрідних, властивих тільки даному народу особливостей, але специфічний набір загальнолюдських рис.

І. А. Стернін розводить поняття «національний характер» і «менталітет», вважаючи, що їх змішувати не можна. На думку І. А. Стерніна і його школи, менталітет характеризує не тільки націю в цілому, але і різні соціальні групи людей. У зв'язку з цим менталітет визначається ним як «специфічний спосіб сприйняття і розуміння дійсності, який визначається сукупністю когнітивних стереотипів свідомості, характерних для певної групи людей» [39, с. 24-26].

Груповий менталітет – це особливості сприйняття дійсності певними соціальними, віковими, професійними, тендерними групами людей. Менталітет пов'язаний з установками особистості, механізмами апперцепції.

І. А. Стернін наводить різні приклади групового менталітету [39, с. 28]:

— гравці команди, що програвала мають тенденцію приписувати поразку впливу об'єктивних факторів (погане поле, необ'єктивне суддівство та ін.);

— спостерігачі гри схильні пояснювати поразку суб'єктивними факторами (не проявили волі, не намагалися, не вистачало швидкості та ін.);

- переможці зазвичай успіх приписують власним зусиллям, а поразку – впливу обставин;
- існує дитяча, чоловіча, жіноча «логіка» і т.д .;
- є менталітет певних психологічних типів людей – наприклад, менталітет оптиміста і песиміста.

Крім групового, існує національний менталітет – національний спосіб сприйняття і розуміння дійсності, який визначається сукупністю когнітивних стереотипів нації. Таким чином, національний менталітет являє собою національний спосіб сприйняття і розуміння дійсності на базі присутніх в національній свідомості стереотипів, готових думок, схем пояснень явищ і подій, механізмів каузальної атрибуції. Це стереотипи свідомості. У розумінні І.А. Стерніна, національний характер – це психологічні стереотипи поведінки народу. Соціальне, фізичне і комунікативна поведінка визначаються як менталітетом, так і національним характером, але менталітет, безсумнівно, грає в цьому провідну роль [39, с. 23-25].

Найбільш популярним джерелом стереотипних уявлень про національні характери є так звані міжнародні анекдоти, тобто анекдоти, побудовані на шаблонному сюжеті: представники різних національностей, потрапивши в одну і ту ж ситуацію, реагують на неї по-різному, відповідно до рис їх національного характеру, які приписують їм на батьківщині анекдоту.

Розглянемо комунікативно-релевантні риси англійського менталітету і національного характеру, які сприяють формуванню «англійської» мовної картини світу [39, с. 78].

1. Помірність, стриманість

Англійці демонструють поміркованість і стриманість в поведінці і в суспільному житті, вони не схильні до крайнощів. Вважають за краще триматися золоті середини.

2. Консерватизм в суспільному житті

Англійці відзначають, що думають про минуле краще, ніж про майбутнє. Англійці «терпляче переносять тимчасові помилки; глибоко і назавжди

впевнені у величі, яка є в законах і в звичаях, колись урочисто встановлених і здавна визнаних за справедливі і остаточні » [30, с. 86].

3. Законослухняність

Англійці виключно законослухняні, дослідники відзначають, що повага до закону є джерелом національної гордості англійців. Англійські водії обов'язково зупиняться на «зебрі» і пропустять пішохода, навіть якщо поруч немає поліцейського, який може оштрафувати за невиконання цього правила.

4. «Чесна гра»

«Чесна гра» є національним пріоритетом, частиною кодексу джентльмена – у всіх ситуаціях англієць повинен вести себе чесно. На відміну від американців, для яких найважливіше – перемога, для англійців важливіше за все чесна поведінка в грі. Самою чесною грою в Англії вважається крікет і фраза *«It's not a cricket»* є вираженням несхвалення нечесної поведінки.

5. Ввічливість (демонстрація правил поведінки)

Англійці всюди ввічливі. У магазині або в установі терпляче чекають, коли їх помітять. Не прийнято привертати увагу обслуговуючого персоналу до себе, та це й марно, якщо в цей момент обслуговують іншого клієнта. Але, як тільки підійшла ваша черга, вас будуть обслуговувати рівно стільки часу, скільки це необхідно, при цьому, можна поговорити з продавцем і про погоду, і про інші речі, і ніхто у черзі не проявить ні найменшого роздратування, ні нетерпіння.

Англійці кажуть спасибі не тільки у відповідь на надану послугу, а й у багатьох інших комунікативних ситуаціях: пасажир говорить контролеру *«Thank you»* у відповідь на його подяку, коли той повертає перевірений квиток, касир скаже *«Thank you»*, відповідаючи на вашу подяку за купюру, яку він вам дав.

6. Толерантність

Англійці дуже толерантні, і схильні до компромісів. Вони прекрасно розуміють, що існування у людей різних думок з одного й того самого питання – в порядку речей, інша думка – це не кримінал.

Вони не роблять зауважень оточуючим, навіть якщо їх поведінка створює їм великі незручності. Якщо зауваження все ж робиться, воно буде звучати в дуже м'якій формі (*Excuse me. I think you're standing on my foot*), часто у вигляді прохання (*Could you please stop talking?*).

7. Повага до власності

У англійців повага до власності іншої людини – обов'язкова умова пристойної поведінки в суспільстві. Не можна, наприклад, критикувати власність іншого.

8. Індивідуалізм, невтручання в чужі справи, дотримання «privacy»

Privacy – це та зона особистої автономії, в яку стороннім вхід заборонено. Важливість даного фрагмента мовної картини світу відбивається в багатьох англійських прислів'ях:

An Englishman's house is his castle;

Good fences make good neighbours;

Love your neighbour, yet pull not down your fence;

He travels the fastest who travels alone;

Come seldom, come welcome [55].

9. Дистанціювання

Дистанціювання і пом'якшення впливу на співрозмовника висловлюють сумнів в можливості вчинення дії (*I'd love to have you for dinner on Sunday, but I imagine you have other plans*), дистанціюють адресата від дії (*Your car has to be moved up*) та ін.

10. Почуття англійської переваги

У англійців яскраво виражено почуття англійського переваги. Англійське, на їхню думку, означає краще. Почуття англійської переваги проявляється і в поблажливому ставленні англійців до іноземців.

11. Прагматизм і раціоналізм

Англійці дуже прагматичні. Зазвичай відзначається, що їх прагматизм є наслідком їх історичного розвитку як «буржуазної нації». Вони розважливі, роблять те, що треба і намагаються не робити нічого зайвого. Саме прагматизму і раціоналізму зобов'язані англійці порівняно невеликими втратами у Другій світовій війні, прагматичною є і зовнішня політика Великобританії, і робота її спецслужб.

У цілому, англійська культура відноситься до індивідуалістичного типу.

Мовна картина світу формується, перш за все, на лексичному рівні мови за допомогою використання стійких виразів, фразеологізмів, ідіом, прислів'їв, приказок, анекдотів та ін.

Так, наприклад, стриманість мови, скритність англійців реалізується в наступних приказках:

Silence is gold. – Brevity is the soul of wit. – First think; then speak. – A word to the wise. – Still waters run deep [55].

Свобода поглядів, смаків і поведінки:

It takes all sorts to make a world. – Variety is the spice of life. – Tastes differ. – Every man to his taste. – There is no accounting for tastes. – One man's meat is another man's poison. – Beauty is in the eye of the beholder [55].

Індивідуалізм, ставлення до грошей:

It is easy to keep a castle that was never assaulted. – An Englishman's home is his castle. – Better a castle of bones than of stones. – Money makes money. – Money talks. – Money makes the man. – Money makes the mare go [55].

Простежимо, як англійська мовна картина світу формується граматичними засобами.

В англійській мові поширені структури, концентруючи раціональність і каузації, пов'язану з людською волею:

X made Y wash the dishes.

X had her boots mended.

X got Y furious [37, с. 369].

Іншими словами, дані структури відображають пріоритет людського розуму і волі в англійському менталітеті над чимось ірраціональним, недоступним для людини.

Варто окремо зупинитися на окличних реченнях. Вище ми говорили про помірність і стриманість англійців. Ці властивості національного характеру, зокрема, проявляються у відсутності окличних пропозицій, особливо в формальному і діловому стилях (*Dear Mr. Smith, Dear Sir / Madam*).

В англійській мові звернення до аудиторії має строго фіксований порядок слів: *Ladies and gentlemen*. Підкреслена першість дам (*ladies*) зафіксовано на соціально піднесеному рівні мови, оскільки це словосполучення вживається по відношенню до досить високих шарів суспільства. На нижчих щаблях соціальної ієрархії представників різних статей називають *men and women*. Поєднання *boys and girls* також свідчить про патріархат і верховенство чоловічої статі. Таким чином, дитина дізнається, чия роль в суспільстві цінується вище.

Підсумовуючи все сказане вище, можна зробити наступні висновки. Мовна картина світу –це «сукупність знань, відображених в мовній формі». Мовна картина світу формує тип ставлення людини до світу. Вона задає норми поведінки людини в світі, визначає його ставлення до світу. Мовна картина світу обумовлена культурою (традиціями, звичками), національним менталітетом, національним характером, укладом життя, природою і ландшафтом, вихованням, навчанням та іншими факторами.

Комунікативно-релевантні риси англійського менталітету і національного характеру: помірність, емоційна стриманість, консерватизм у суспільному житті, законслухняність, ввічливість (демонстрація правил поведінки), «чесна гра», почуття англійського переваги.

2.2 Сленг як засіб мовної репрезентації молодіжної картини світу

Прийнято вважати, що Англія – консервативна країна з консервативними звичаями. Але, навіть саме слово «сленг» з'явилося на Британських островах. У кожній країні є такі верстви суспільства, які вважають за краще спілкуватися, виділяючись з натовпу, і при цьому ж бажають, щоб їх не розуміли «необізнані». Такою групою є молодь.

Використання сленгу у Великобританії бере початок у XVIII столітті [21, с. 34]

Перший етап датується XVIII століттям – в цей час Великобританія проводила активну колонізацію Північної Америки, Індії та Австралії. У процесі захоплення нових земель, британські моряки дізнавалися про місцевий фольклор.

Другий етап припадає на 70-ті – 90-ті роки ХХ століття. Саме в цей час виникли і розвинулися такі субкультури в Великобританії, як готи і кібер-готи.

Молодіжний сленг в наші дні – свого роду пароль певної групи осіб [5, с. 103], можливість пізнати «своїх». В англійській мові сленг має своє ексклюзивне забарвлення. Англійський сленг, як і всі інші, дуже виразний, він відрізняється стислістю і дотепністю. Вживання сленгу майже завжди доречно в розмовній мові. Тому людям, що вивчають англійську, безумовно, варто звертати увагу на вивчення цього аспекту мови, якщо вони хочуть вільно спілкуватися в іншомовному середовищі.

Елементами англійського сленгу вважають такі скорочення: *gonna – going to, wanna – want to, ama – i'm, yep, ye – yes, U – you, dunno – don't know*. Скорочення використовують не тільки і не стільки в усному мовленні, а й в письмовому. Особливо поширені різні скорочення і аббревіатури в письмовій мові. Наприклад, в смс-листування англійців можна зустріти такі незрозумілі на перший погляд буквосполучення, названі мобільним сленгом:

AAMOF – As A Matter Of Fact

AFAIC – As Far As I'm Concerned

AFAIR – As Far As I Remember

AGF – Assume good faith

BBIAB – Be Back In A Bit

BFF – Best Friends Forever

FYEO – For Your Eyes Only

LOL – Laughing Out Loud

OMG – Oh My God [69].

У більшості подібних аббревіатур чисто теоретично можна здогадатися про їх сенс. Але є такі скорочення, коли використовуються не перші літери слів, а цифри або інші літери, за аналогією звучання.

Наприклад, замість *see* – буква «С» або замість *to* цифра 2:

IC – I See

w8 – wait

2F4U – Too Fast For You

2L8 – Too Late [69].

Якщо розглядати смс-сленг з наукової точки зору, то можна навіть класифікувати його. А. А. Іоніна пропонує таку класифікацію утворень SMS-скорочень:

1. Одна буква або цифра замінює ціле слово, наприклад: *be – b* (бути); *for – 4* (чотири).

2. Одна буква або цифра замінює склад, наприклад: *activate – activ8* (активізувати); *great – gr8* (відмінно).

3. Зміна значення символів, наприклад: *thanks – TX* (спасибі); *today – 2dA* (сьогодні)

4. Скорочення букв і розділових знаків, коли:

— виключаються голосні, при цьому значення слова визначається по послідовності приголосних, наприклад: *between – btw* (між); *your – YR* (твій); *speak – SPK* (говорити);

— використовується символ «/»: *something – s / t* (дещо); *boyfriend – b / f* (хлопець);

— використання транскрипцій, сленгу чи діалектних варіантів, якщо вони коротші оригінального слова, наприклад, замість *because* – *cos* (бо) [22, с. 57].

Повернемося до усного мовлення. У Великобританії проводилися дослідження студентського сленгу. Вони привели до досить несподіваних результатів. Наприклад, слова, що мають відношення до їжі тільки на 12 місці з 15 виявлених категорій. У лідируючій трійці слова, пов'язані з алкоголем і наркотиками, з висловлюванням схвалення, з любовними відносинами [34, с. 143].

Наведемо приклади деяких поширених сленгових слів та виразів:

Звернення: *ase* – братан, *dreamboat* – красень / красуня, *pal* – приятель.

Образи: *chicken* – боягуз, *knut* – дурень, *damb banny* – козел відпущення, *loudmouth* – базіка, базіка.

Прикметники і словосполучення, переводяться прикметниками: *hotred* – чіткий, кльовий, *living end* – шалений, дуже круто.

Дієслова і словосполучення, переводяться дієсловами: *kid* – підколювати, *kiss ass* – підлизуватися, *let down* – підводити, облямувати, *move your ass* – ворушіться, *pick someone up* – заарештувати.

Іменники та словосполучення, переводяться іменниками: *plastic* – кредитна карта, *scam* – афера, шахрайство, *idiot box* – телевізор, *lemon* – барахло, *mula* – бабло (гроші).

Цілі фрази: *like it or lump it* – хочеш не хочеш, *make eye sat* – стріляти очима, *come what may* – будь, що буде, *monkey business* – брудна справа, нечесна гра, *pie in the sky* – нездійсненна мрія.

Вигуки: *bygoiyy* – їй богу, *dammit* – чорт забирай, *batcha* – сперечаємося

Такі сленгові фрази часто використовуються і в піснях. Буває складно перевести на слух пісню, якщо не знаєш деяких фраз і виразів. Іноді виходить повна нісенітниця. Правда, варто відзначити, що сленг частіше можна почути в піснях американських виконавців, ніж британських.

Наведемо для прикладу уривок із пісні досить популярну серед молоді групи *One Direction* «*Teenage Kicks*» (*One Way Or Another*) [65] . Тут сленг відразу в назві – слово «*kicks*» тут маємо на увазі «жарти», «веселоці».

One way or another I'm gonna find ya
I'm gonna getcha getcha getcha getcha
One way or another I'm gonna win ya
I'm gonna getcha getcha getcha getcha
One way or another I'm gonna see ya
I'm gonna meetcha meetcha meetcha meetcha
One day, maybe next week
I'm gonna meetcha, I'm gonna meetcha, I'll meetcha
I will drive past your house
And if the lights are all down
I'll see who's around
One way or another I'm gonna find ya
I'm gonna getcha getcha getcha getcha
One way or another I'm gonna win ya
I'll getcha, I'll getcha
One way or another I'm gonna see ya
I'm gonna meetcha meetcha meetcha meetcha
One day, maybe next week
I'm gonna meetcha, I'll meetcha

Скорочення, про які говорилося вище, *gonna*, *meetcha* тут зустрічаються протягом всієї пісні. Самобутній вигляд англійського сленгу – римований сленг (*cockney rhyming slang*). Вирази римованого сленгу представляють собою щось незвичайне, адже в них важко розібратися тому, хто не знає цих скорочень.

Суть полягає у тому, щоб вибрати будь-яку фразу, останнє слово якої римувалося би зі словом, яке говорять: *Dog and bone* = *phone* (телефон), *Britney Spears* = *beers* (пиво), *Tina Turner* = *earner* (той, що заробляє для вас гроші), *Adam and Eve* = *believe* (вірити).

У ХХІ столітті йде процес поширення великої кількості персональних комп'ютерів. Ми проаналізували словники молодіжного сленгу Тоні Торна (Tony Thorne) [42] і Джона Ейто (John Ayto) [46]. Велику увагу автори своїх словників приділяють вульгаризмам.

Ми відібрали найуживаніші сленгові вислови і слова: «*ace*» – кращий друг; хороша людина, «*ace*» – відмінний, першокласний, «*ackers*» – гроші, «*addy*» – Інтернет-адреса, «*ag*», «*agg*» – насильство, агресія, «*a laugh and a joke*» – дим, «*anorak*» – немодний, виснажливий, «*ape*» – вийти з під контролю, бути шаленим, «*apple-polisher*» – підлесник, «*april showers*» – квіти, «*axe*» – гітара, «*babber*» – дитина; друг, «*baby blues*» – очі, «*baby giraffe*» – половина пінти пива, «*bad*» – добре, «*bad news*» – людина, яку не раді бачити або неприємний, нудний або той, хто створює проблеми, «*bags*» – штани, «*bay*» – 1 євро, «*beans*» – долари, «*bessie*» – кращий друг, «*bestie*» – неприємний індивід, «*bimbo*» – дурна, пустоголова дівчина, «*bin*» – кишень, як правило, в брюках, «*black maria*» – поліцейська вантажівка або патрульна машина, «*bluebottle*» – офіцер поліції, «*bobby*» – поліцейський, «*bogey*» – поліцейський, «*bom*» – хвилюючий, вражаючий, «*bona*» – відмінна, прекрасна, класна річ, «*bonehead*» – повний дурень, «*brick*» – мобільний телефон, «*broom-broom*» – автомобіль, «*bubble-bath*» – сміх, «*buttie*», «*butty*» – сендвіч, «*cabbage*» – гроші, «*cancer stick*» – сигарета, «*chat*» – розмовляти, базікати, «*cherry*» – нове, свіже і привабливе, «*chick*» – дівчина, «*chilly*» – чудовий, модний, «*chips*» – гроші, «*cowboy*» – поганий робочий, «*crackle*» – гроші, банкноти, «*custard*» – дуже неприємна людина, «*derk*», «*durk*» – дурна людина, «*drinking vouches*» – монети або банкноти, «*fox*» – привабливий чоловік, «*freak*» – втратити самоконтроль, стати істеричним, «*freak*» – хіпі, «*glasshouse*» – військова в'язниця, «*gyppo*», «*gippo*» – циган, «*Hawa ii*» – чек на 50 євро, «*live*» – відмінний, хвилюючий, «*mean*» – прекрасний, надихаючий, відмінний, «*tug*» – дурень, «*pappy*» – хліб, «*paracat*» – людина з наркотичною залежністю, «*tacker*» – дитина.

Ми проаналізували словник сучасної сленгу тінейджерів у Великобританії *The A-Z of Teen Talk* (Lucy van Amerongen) [63]. Автор словника вказує, що в мові тінейджерів спостерігається використання слова «*like*» в пропозиціях, де це недоречно. Зазначимо, що проведені інтернет-опитування серед англomовних користувачів Інтернету з метою з'ясування причини даного феномена. Більшість з опитаних відповіли, що використання слова «*like*» в мові британських тінейджерів пов'язано з обмеженим запасом лексичного репертуару. Однак інші з опитаних заявляють, що вони використовують слово «*like*», тому що це дозволяє зробити їхню мову, на їхню думку, більш виразною.

Ми проаналізували словник сучасного сленгу *Oxford Dictionary of Slang* Джона Ейто (John Ayto) [46]. Цей словник допоміг нам скласти короткий вокабуляр сучасного сленгу молоді Великобританії.

«*Hit the jack-pot*» – *win* – виграти, «*be all wet*» – *you're mistaken* – ти помиляєшся, «*congratters*» – *congratulations* – мої поздоровлення, «*miss the bus (boat)*» – *to lose an opportunity* – втратити можливість, «*win hands down*» – *to win easily* – легка перемога, «*odd bod*» – *an eccentric person* – ексцентрична людина, «*hubby*» – *husband* – чоловік, «*pot and pan*», «*old pot*» – *old man* – літня людина, «*bro*» – *brother* – брат, «*sis*» – *sister* – сестра, «*gramp*» – *grandpapa* – дідусь, «*gran*» – *grandmother* – бабуся, «*buddy*» – *male-friend* – приятель, «*rat pack*» – *crowd of youths* – натовп молоді, «*crocodile*» – *schoolchildren* – школярі, «*could eat a horse*» – *be hungry* – бути голодним, «*dry*» – *thirsty* – спраглий, «*bags*» – *trousers* – штани, «*soup and fish*», «*monkey suit*», «*penguin suit*» – *a formal dress, suit for evening wear* – плаття, костюм для вечірнього вбрання, «*brolly*» – *umbrella* – парасолька, «*yucky*», «*yukky*» – *messy or gooey (unpleasant)* – неприємний, «*litterbug*» – *someone who litters* – той, хто смітить, «*dust*», «*iron*», «*tin*», «*sugar*», «*green*», «*cabbage*», «*oil*», «*snow*», «*bread*», «*potatoes*» – *money, dollars* – гроші, «*monkey about*» – *aimless behavior* – безцільний вчинок, «*climer*» – *an ambitious person* – самозакоханий чоловік, «*tip-top*» – *excellent* – відмінно,

«*easy on the eye*» – *beautiful* – чарівно, «*picture*» – *a beautiful person or thing* – чарівний чоловік або чарівна річ, «*like the back of the bus*» – *ugly, unattractive* – жахливий, непривабливий, «*bag crow*» – *an unattractive woman* – неприваблива жінка.

Ми звернули увагу на те, що Джон Ейто приділяє велику увагу сленгу в таких темах, як: злочинність, секс, куріння, алкоголь. У даному словнику великий набір слів, які ми називаємо вульгаризмами, і у нас в суспільстві не прийнято вживати такі слова.

У висновку хотілося б відзначити, що сленг досить цікавий як мовне явище. Він розвивається як всередині мови, з одного боку спрощуючи її, а з іншого – ускладнюючи її. Спрощенням мови сленг зазвичай називають «консервативні» лінгвісти, які вважають «правильною» мовою тільки «високу» мову на якій висловлювалися наші предки в XVIII столітті. Вважаючи, що зараз йде деградація мови, вони не звертають уваги на деякі її ускладнення з точки зору загальнодоступного розуміння. Сленг ділить суспільство на якісь касти, які іноді не розуміють один одного. Ці явища в мові відбуваються досить давно і в нашому світі вони неминучі. Що стосується зокрема англійського сленгу, варто ще раз згадати про його самотність і неймовірну винахідливість.

2.3 Систематизація англомовних молодіжних сленгізмів

Сучасний світ не стоїть на місці, разом з ним динамічно розвивається і мова. Усі події, які відбуваються в житті суспільства, так чи інакше, знаходять своє відображення в мові, привносячи нові вирази і фрази в словниковий запас носіїв. Мова і мовлення – дві сторони одного і того ж явища.

На сучасному етапі мова розглядається як найпотужніше знаряддя регулювання стосунків між людьми в різних сферах. Будучи головним засобом спілкування, мова дає інформацію про її носіїв, культуру країни і її історії, а також відображає всі зміни в суспільстві. У цьому сенсі, мова молоді найбільш повно відображає високий темп життя. Молодіжна мова – складна

багатокомпонентна структура, яка живе власним життям. Характерною рисою молодіжної мови є використання стилістично нейтральної та зниженої лексики, великого числа скорочень / аббревіатур, оскільки вона спрямована на економію мовних засобів при збереженні максимального емоційного навантаження.

Слід зазначити, що існують різні види молодіжного сленгу. Систематизуємо найбільш вживані жаргонізми [6, с. 8]:

1. *Cockney rhyming slang* («римований сленг»)

У сучасному англomовному світі це досить відомий вид сленгу. Найчастіше дорослих, освічених людей така форма вираження думок не задовольняє. Однак серед молоді це поширена і найбільш експресивна форма спілкування. Римований сленг кокні настільки поширений в сучасній англійській мові, що багато молоді, самі того не помічаючи, щодня вживають його в розмові. Ось кілька найпоширеніших кокні, які можна почути в будь-якій частині Великобританії:

"Let's have a butchers at that magazine" (butcher's hook = look)

"I have not heard a dicky bird about it" (dickie bird = word)

"Use your loaf and think next time" (loaf of bread = head)

"Did you half-inch that car?" (Half-inch = pinch, meaning steal)

"You will have to speak up, he's a bit mutton" (mutt'n'jeff = deaf) [60].

2. *Everyday slang*. («повсякденний сленг»).

Англійська мова дуже своєрідна і багатозначна. В англійській мові одне слово може мати в залежності від контексту ряд абсолютно не схожих за змістом значень. Така багатозначність знайшла своє відображення і в молодіжному сленгу.

Наприклад, розглянемо ряд життєвих ситуацій.

1) Ви з другом вирушили в спортивний магазин. Несподівано на касі Ви виявляєте, що забули свою дисконтну карту. У цей момент Ваш друг каже: *"Relax, buddy. I got it"*.

2) Ви на занятті з хімії. Викладач пояснює необхідність обладнання в майбутньому досвіді. А потім запитує вас: "*Gotit?*" – "*I gotit, sir*" – ваша відповідь.

3) Жінка, що проходить повз вас впустила сумочку. Природно, що ваша реакція підняти її і вручити господині, проте жінка говорить вам: "*It's OK. I gotit*".

3. *Mobile slang*. («мобільний сленг»)

Англійські підлітки в поєднанні з сучасними інформаційними технологіями створили абсолютно нову мову. Вона заснований на функції інтелектуального введення смс повідомлень в мобільних телефонах. Набираючи повідомлення, підлітки вибирають перший варіант слова, запропонований системою інтелектуальної заміни. Таким чином, якщо вам на очі потрапило смс повідомлення зі словом, яке вибивається з контексту словом *book*, цілком ймовірно, що підліток мав на увазі слово *cool*. Це можливо з тієї простої причини, що система інтелектуального введення пропонує слово *book* першим при наборі слова *cool*.

Вигукуючи "*zonino!*", молодь має на увазі "*woohoo!*" (і те, і інше – радісні вигуки), а називаючи когось "*nun*" (черниця), говорять про свою "*mum*" (мама).

Для того, щоб не опинитися в незручній ситуації будьте обережні, якщо ви вживаєте дієслово *to get* до живої особи. У цьому випадку дієслово *to get* може приймати зовсім інше значення, іноді навіть не зовсім приємне. Наприклад, якщо дієслово відноситься до чоловіка, то висловлювання "*I got him. I got Black Jack*", означає «я пристрелив, прикінчив його». Якщо *to get* відноситься до жіночої статі, то дієслово приймає значення згвалтування.

Молодіжний сленг є певним лексиконом на основі фонетики та граматики англійської мови. Основна його відмінність – розмовна, неформальна, часто грубо емоційно-забарвлена лексика. Молодіжний сленг найбільш часто зустрічається в таких темах як «Людина і його зовнішність», «Модний одяг», «Будинок, побут», «Дозвілля». Велика частина сленгу це всілякі скорочення і

похідні від них. Характерною особливістю молодіжного сленгу є його мобільність, яка пояснюється зміною поколінь [14, с. 67].

Аналіз різних підбірок смс-скорочень, отриманих методом суцільної вибірки при роботі з інтернет сайтами [56;61;69] показав, що, в основному, дані повідомлення представлені складними абревіатурами, літерними і буквено-цифровими. Розглянемо деякі з них

1. *LOL*

SMS-повідомлення, *lol = laughing out load*, тобто автор повідомлення додає експресивності запропонованим висловом. Чим більше «о» в скороченні "*lol*", тим сильніше емоційне забарвлення речення.

2. *ROFL*.

Інший приклад скорочення, часто використовується в SMS-повідомленні є *ROFL = Rolling on the floor laughing*. В основному використовується в тих же ситуаціях, як "*lol*". Воно також породило слово "*roflcopter*" (*ROFL* + вертоліт), який є ще одним способом сказати "*ROFL*".

3. *BRB*.

Часто при спілкуванні одночасно з декількома співрозмовниками, наприклад в чаті, виникає необхідність відлучитися від телефону. Якщо Ви хочете швидко оповістити про свою короткочасну відсутність співрозмовників і при цьому не закінчувати бесіду можете сміливо використовувати скорочення *BRB = Be right back*.

4. *G2G*.

Якщо ж до розмови повертатися Ви не хочете або потрібно відлучитися на довгий час, щоб зробити щось, Ви можете використовувати абревіатуру *G2G = Got to go* (треба йти) . Дане скорочення часто використовується молодими людьми, коли вони не мають наміру більше спілкуватися на будь-яку тему в силу своєї роздратованості, і хочуть емоційно закінчити розмову, створюючи ілюзію грюкання дверима.

5. *TTYL*.

Таке скорочення в основному використовується, коли Ви прощаєтеся з будь-ким. *TTYL = Talk to you later.*

6. *OK / k.*

Давно вкорінилося як в англійській, так і в українській мові скорочення. Сміслові забарвлення дане скорочення змінює в залежності від контексту, приймаючи від нейтрального «*ok*» = «добре», до експресивного «*OK!*» = «Я вже сказав, що все зрозумів!».

7. *CUA.*

Використовується в основному як ввічливе прощання. *CUA = See you* (побачимося, до скорого).

Таким чином, семантико-синтаксичний аналіз досліджуваного матеріалу показує, що більшість використовуваних скорочень є аббревіатури неповних речень, які характерні для молодіжного англійського сленгу. Дослідження молодіжної мови з лексикологічної позиції дозволяє глибше зрозуміти специфіку даного мовного феномена в ході глобалізації сучасної англійської мови.

Висновки до розділу 2

У другому розділі ми розглянули формування мовної картини світу сучасної англійської мовної молоді. Визначили, що мовна картина світу це: «сукупність знань, відображених в мовній формі»; «історично склалася в повсякденній свідомості даного мовного колективу і відображена у мові сукупність уявлень про світ, певний спосіб концептуалізації дійсності». На думку багатьох дослідників, мовна картина світу формує тип ставлення людини до світу. Вона задає норми поведінки людини в світі, визначає її ставлення до світу. Кожна природна мова відображає певний спосіб сприйняття і організації світу. На формування мовної картини світу впливають традиції, природа і ландшафт, виховання, навчання та інші соціальні чинники.

Нами були описані комунікативно-релевантні риси англійського менталітету і національного характеру, такі як: 1. Помірність, стриманість; 2. Консерватизм в суспільному житті; 3. Законослухняність; 4. «Чесна гра»; 5. Ввічливість (демонстрація правил поведінки); 6. Толерантність; 7. Повага до власності; 8. Індивідуалізм, невтручання в чужі справи, дотримання «*privacy*»; 9. Дистанціювання; 10. Почуття англійської переваги; 11. Прагматизм і раціоналізм

Мовна картина світу формується, перш за все, на лексичному рівні мови за допомогою використання стійких виразів, фразеологізмів, ідіом, прислів'їв, приказок, анекдотів та ін.

Нами були проаналізовані англійські словники сучасного сленгу та виділили найпоширеніші сленгізми: словники молодіжного сленгу Тоні Торна і Джона Ейто, *The A-Z of Teen Talk* (Lucy van Amerongen), *Oxford Dictionary of Slang* (John Ayto).

Нами були систематизовані найбільш вживані жаргонізми: 1. *Cockney rhyming slang* («римований сленг»); 2. *Everydayslang*. («повсякденний сленг»); 3. *Mobile slang*. («мобільний сленг»). Проаналізували інтернет-сайти з підбірками найуживаніших смс-сленгізмів.

Тож, характерною рисою молодіжної мови є використання стилістично нейтральної та зниженої лексики, великого числа скорочень / аббревіатур, оскільки вона спрямована на економію мовних засобів при збереженні максимального емоційного навантаження.

РОЗДІЛ 3

СОЦІОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АНГЛОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО ЛЕКСИКОНУ

3.1 Соціальна диференціація носіїв молодіжного сленгу

Як відомо, для всіх мов характерне явище синонімії, тобто наявність різних за формою мовних одиниць, які мають однакове значення. Причому синонімія може спостерігатися на всіх рівнях мови, наприклад, є фонетичні синоніми – різні варіанти вимови одного і того ж слова, наприклад, слово “schedule” можна вимовляти ['ʃedju: l] і ['skedzu: l] [20, с. 76]. Перевага вживання того чи іншого варіанту найчастіше може багато розповісти про того, хто говорить.

Наприклад, вживання жаргонізмів замість загальноприйнятої термінології може вказати на професію того, хто говорить, використання територіальних діалектизмів – про походження оповідача. Фахівці в цій галузі можуть по розмові визначити навіть стать і вік співрозмовника. У цьому параграфі ми розглянемо, як мова того, хто говорить може розповісти про його класову приналежність або про соціальне становище.

Очевидно, що вживання просторіччя властиво малоосвіченій частині населення або нижчому класу, в той час як вищі стани воліють до правильної мови. Так, в англійській мові нормою вважається мова BBC або оксфордська англійська. Цей варіант мови характеризується відсутністю слів-паразитів (“well”, “emmm”), чіткою вимовою звуків, дотриманням граматичних правил. Також є мова, характерна для нижчого класу жителів Лондона – просторіччя кокні, якому характерна особлива манера вимови і відмінна риса – римований сленг [24, с. 34].

Наприклад, “Do you Adam and Even it?” означає “Do you believe it?” або “irish rose” означає “nose”.

Крім манери вести розмову існують окремі слова-індикатори, які «видають» соціальний статус мовця. У нас, наприклад, зараз особливо актуальні варіації зрозуміти і зрозуміла, дзвонити і дзвонить, їх – їхній, нема – немає, і деякі інші. Вживання варіанту, який не відповідає нормі літературної мови, вказує, перш за все, на неосвіченість того, хто говорить [40, с. 71].

Така ж ситуація і в англійській мові. Наприклад, на фонетичному рівні нижчих класів носіїв англійської мови властиво вимовляти замість *th* – *v* або *f* (замість *thing* – *fing*, замість *that* – *vat*) [11, с. 64]. Також часто представники нижчого класу звук «а» часто вимовляють як довге «і», наприклад, “*Di: ve*” замість “*Dave*”. Існує особлива манера вимови і у вищих класів: коли нижчі верстви суспільства «ковтають» приголосні звуки – верхівка суспільства «ковтає» голосні.

Наприклад, якщо запитати у тих і інших, котра година, робочий клас скоріш за все відповість “*Alf past ten*”, а верхні шари – “*Hpstn*”.

Далі, на лексичному рівні крім вищезазначених просторіччі, є й інші слова-сигнали. Наприклад, Кейт Фокс в книзі «Спостерігаючи за англійцями» [57, с. 61] виділила сім так званих «смертних гріхів» – слів, які використовуються виключно нижчим класом. Це такі слова як *pardon*, *serviette* (замість *napkin*), *dinner* (замість *lunch*), *sette i coach* (а не *sofa*), *toilet* замість *lavatory*, *lounge* (вищі верстви воліють використовувати *sitting room* або *drawing room*) і *sweet* в значенні десерт.

Якщо дитина, називає батьків *mummy* і *daddy* (а не *mum* і *dad*) то, швидше за все, він походить із родини аристократів. Якщо ж дорослі так називають батьків, то не варто й сумніватися в тому, що вони належать до верхніх шарів суспільства.

Жаргон шкіл і університетів, а також молодіжна культура другої половини ХХ ст. є невичерпними джерелами сленгу. Настільки широка популярність сленгу в молодіжному середовищі пояснюється декількома причинами.

По-перше, підлітки завжди намагаються позначити свою незалежність, і вільне поводження з мовою, нехтування граматичними і фонетичними нормами допомагає їм відчувати себе самостійними і дорослими.

По-друге, вживання в мові слів, зрозумілих лише певному колу, дає ілюзію причетності до великої змови проти світу дорослих, приналежності до якогось колу обраних, реалізуючи тим самим властиві юнацтву бунтарські пориви. Для підлітка, світ поділений на два ворогуючі табори дорослих і дітей, і молодіжний сленг виступає з одного боку паролем, який відкриває двері до своїх, і з іншого боку, шифром, незрозумілим противнику.

Таке ігрове сприйняття дійсності підводить нас до третьої причини поширеності сленгу серед молоді. Підлітку дуже нудно говорити стандартною мовою, мовна діяльність для нього-така ж гра. Тому велика частина сленгу є використання більш енергійних і забавних слів замість загальноприйнятих. Дух протиріччя і юнацький максималізм створює молодіжний сленг, а бажання ідентифікувати себе з певною групою, прибитися до зграї, забезпечує його широку популярність.

Зауважимо, що роман Дж. Селінджера «The Catcher in the Rye» [68] є яскравим прикладом для порівняння жаргону за соціальними групами.

У досліджуваному романі можна виділити дві соціальні групи: підлітки, в основному учні старших класів американських шкіл, і їх викладачі, представники світу дорослих, з якими найчастіше контактує герой книги і його однолітки. Розглянувши особливості мовної діяльності цих соціальних груп, можна зрозуміти, як діє сленг в ролі маркера соціального статусу.

Головний герой роману Дж. Селінджера «The Catcher in the Rye» Холден Колфілд вчиться в старших класах американської школи-інтернату і є типовим представником своєї соціальної групи в тому, що стосується його мовних вподобання. Художня манера Селінджера визначається тим, що він пише про підлітка, але не просто про підлітка, а про американського підлітка кінця сорокових-початку п'ятдесятих років, який виховувався в благополучних умовах заможної родини. Книга написана від імені цього підлітка. Стилю

мовлення Холдена, який, на перший погляд, здається індивідуальним і універсальним, властива та універсальність, яка дає нам уявлення про мовну характеристику всього покоління. Весь текст книги витриманий в єдиній мовній манері, яка, перш за все, характеризується невимушеністю.

Такая розмовність стилю персонажа досягається різними прийомами, і основний з них – використання коллоквіальних виразів і сленгізмів. Холден Колфілд у своїй промові постійно вживає паразитичні слова або словосполучення на кшталт *and all* і т. д.

Наприклад: *how my parents were occupied and all, they're nice and all, he's my brother and all* [68].

Іноді замість *and all* Холден вдається до еквівалентних за своїм загальним значенням, але більш емоційно-оцінних словосполученнях типу *and stuff and crap*, які, згідно зі стилістичною стратифікацією англійської лексики, відносяться до сленгізмів.

Наприклад: *goddam chekups and stuff, tickets and stuff, while I was putting on my galoshes and crap; starches and crap; all that crap* [68].

Крім того, Холден часто використовує фрази *or something, or anything, my whole goddam autobiography and anything, you were supposed to commit suicide or something* [68].

Більш емоційний варіант словосполучення можна розглянути на такому прикладі: *he was supposed to be a playwright or some godawful thing* [68], де емоціональність посилюється за допомогою сленгізму *godawful*.

Зауважимо, що сленгізація мови Холдена відбувається на всіх мовних рівнях, починаючи з фонетичного. Це виражається в так званих сленгових відхиленнях від норми:

1. Відпадання кінцевого *g* в герундії і тривалої формі дієслова: *callin'*, *comin'*, *hurtin'*, *roughin'*.

2. Стяження ненаголошеного: *them–cut'em, for'em, got'em, tell'em*.

Мова підлітка рясніє сленговими виразами. Для передачі поняття «тріпатися, базікати» автор вкладає в уста Холдена цілий ряд синонімів:

shootthebull, chewtherag, chewthefat, shootthecrap, shootthebreeze. Замість слова *ring/call* Холден вживає сленгізм *give somebody a buzz*, замість прислівника *almost* – його сленговий еквівалент *damn near*.

Наприклад: *damn near sent a telegram, I damn near got my coat back, I damn near broke my knee, She was damn nearyelling at me* [68].

Вульгаризми надають мові Холдена достовірність і роблять її більш емоційною. Серед вульгаризмів / сленгізмів частіше за все зустрічаються іменник *ass* і *bastard*: *freezing my ass of, a nice old guy that did not know his ass from his elbow, lovely my ass, strange my ass*.

Оскільки головний герой роману школяр, більша частина сленгізмів відноситься до сфери освіти. Школа, в якій навчається Холден – *Pencey Preparatory School* – отримує назву *Pency Prep*, що нагадує про існування в США цілого пласта сленгу, мови «preppies» [75, с. 67].

Про свої академічні невдачі Холден також говорить за допомогою сленгізмів: *flunk the subject, get the ax*. Значна частина сленгізмів, що вживаються Холденом і його однолітками, позначає зовнішній вигляд людини і його особистісні характеристики: *hot-shot guy, phony slob, holler, snotty, crumb-bum*. Ці слова носять яскраво виражений оціночний характер, причому оцінка завжди негативна. Примітно, що відмічені сленгізми персонажі роману використовували тільки у відсутність тієї особи, яка ними характеризувалася. Тобто, носії мови сприймають ці слова як образливі і неприпустимі, згідно з правилами мовної коректності.

Крім того, сленгізми вжиті в романі і для характеристики психо-емоційного стану людини, передачі модальності висловлювання: *give somebody a feel, I'm not kidding, dopy, big bang, pretty run-down* та інші. Сленгізмами рясніють також діалоги персонажів, що надає їхній мові емоційності, виразності: *cut it out, keep your yap shut*. Такі висловлювання також не відрізняються коректністю і немислимі в устах вихованої людини, що, однак, не означає відсутності манер у того, хто говорить, а свідчить про навмисну

грубуватість і навіть вульгарність у поведінці підлітків, особливо юнаків, яка вважається свого роду шиком в їхньому середовищі спілкування.

Найпоширенішими сленгізмами є ті, що позначають гроші та інтимні відносини. Не була винятком в цьому плані і мова Холдена, який позначав гроші словом *dough*.

Що стосується мови викладачів, то вона в романі більше відповідає стандартам англійської мови і більш формалізована, ніж мова підлітків. Пояснюється це тим, що персонажі показані автором в офіційній обстановці, на роботі, де їм постійно доводиться стежити за словами і вчинками. У романі немає сцен, де викладачі представлені в неформальному оточенні, хоча б в спілкуванні один з одним. Їх комунікативна діяльність протікає в присутності учнів і майже завжди при активній участі останніх. Але нульова маркованість мови викладачів сленгізмами якраз і свідчить про їх соціальний і професійний статус. Єдині сленгові вислови, відмічені в мові викладачів, відносяться до сфери їх професійної діяльності і є загальним шкільним сленгом: *flunk*, *carry subject*.

Тож зазначимо, що використання сленгу вказує на соціальний статус та вік особи, яка його використовує, причому на даний момент багато сленгізмів переходять у повсякденний вжиток і перестають бути сленгізмами.

3.2 Гендерний аспект дослідження молодіжних сленгізмів

Незважаючи на неослабний інтерес вчених до дослідження сленгової комунікації [53], численні запитання гендерної лінгвістики у сленгу залишаються невирішеними, наприклад, виявлення репрезентативності образів чоловіка і жінки в англійському сленгу, аналіз сленгових лексичних і фразеологічних засобів вираження гендерних відносин і багато інших.

У даний час у вітчизняному мовознавстві можна констатувати зростаючий інтерес до гендерних досліджень і консолідацію зусиль з

формування лінгвістичної гендерології – самостійного наукового напрямку, в центрі якого знаходяться гендерні аспекти мови і комунікація.

Найбільш чітко визначаються наступні типи досліджень:

- а) дослідження, здійснювані за допомогою деррідеанської деконструкції;
- б) дослідження діагностичного характеру, що мають практичний напрямок – визначення ідентифікаційних ознак чоловічої і жіночої мови у вигляді симптомів першого і другого порядку в тих випадках, коли стать є релевантним чинником комунікації.

У першому напрямку ідеологічні установки вчених більшою мірою впливають на інтерпретації результатів. Гендерная асиметрія в сучасній лінгвістиці розуміється як нерівномірна представленість в мові осіб різної статі. Цікаво, що по стандарту ця нерівномірність виражається в кількісному домінуванні маскулінних номінацій, а в сленгу – навпаки: в кількісному відношенні переважають фемінні номінації. Однак номінатором в сленгу виступає чоловік: саме він створює сленгові слова, які називають жінку, оскільки семантика цих номінацій відображає андроцентричний підхід і маскулінний погляд на реальність.

На подібний стан справ вказував один з авторів авторитетного словника американського сленгу С. Б. Флекснера. Під час роботи над словником він звернув увагу на той факт, що американський сленг створюється і використовується здебільшого чоловіками: “... *most American slang is created and used by males*” [53].

Дослідник також позначив найбільш істотні для чоловіків тематичні групи сленгу, а саме: “*Many types of slang words including the taboo and strongly derogatory ones, those referring to sex, women, work, money, whiskey, politics, transportation, sports – refer primarily to male endeavor and interest*” [53]. На думку С. Б. Флекснера, більшість словникових статей у словниках сленгу можуть мати помітку “*primarily masculine use*”.

Ми проаналізували гендерну асиметрію у сленгу англійської мови. Матеріалом для аналізу послужили слова і словосполучення, відібрані із словників сленгу англійської мови [66; 53].

Проведений аналіз виявив, що основним типом асиметричних відносин у сленгу виступає асиметрія, що проявляється у відсутності одного з контрагентів. Відсутність гендерного контрагента передбачає наявність категорії «чоловічої» референції при відсутності паралельної їй «жіночої» і навпаки. Цей тип асиметричних відносин стосується системно мовних дивергенцій і встановлюється на основі лексикографічного аналізу.

Проаналізувавши одиниці англійського сленгу, можна зробити висновок, що більша частина сленгізмів – це номінації жінки, характеристики її якостей. Значна частина сленгових одиниць відноситься до теми сексу і зовнішності жінки, решта сленгізмів актуалізують характеристики внутрішніх якостей.

Що стосується репрезентативності образу чоловіка в англійському сленгу, то проведений аналіз показує, що менша частина сленгізмів відображає маскуліність. Найбільше число маскулічних сленгізмів пов'язані з системою сексуальних відносин, менше число одиниць відносяться до номінацій, що описують характер, решта сленгізмів описують зовнішність чоловіка.

Таким чином, тематично обидва гендери представлені асиметрично:

- 1) сексуальні відносини;
- 2) зовнішність;
- 3) характер.

У тематичній групі «зовнішність жінки» виділяються дві підгрупи: приваблива жінка і неприваблива жінка. У створенні образу привабливої жінки важливу роль відіграє метафора, а особливо наступні її види: гастрономічна, зоометафора, фітометафора. Наведемо приклади кожного з названих видів:

- гастрономічна метафора – *Butter-baby (an attractive woman)*;
- зоометафора – *Dove (an attractive girl)*;
- фітометафора – *Lilly-of-life (a wife)*.

Образ непривабливою жінки теж метафоричний, але активними є інші моделі метафори, наприклад, орудійна. При такому роді метафоризації як об'єкти порівняння виступають назви предметів побуту, що відображає споживче і цинічне ставлення номінатора до жінки: *rag-top (an unattractive woman)*, *oil-can (an ugly woman)*.

У тематичній групі «сексуальні відносини» виявлено наступні підгрупи номінацій:

— сексуально приваблива жінка. Сленгізми цієї групи чітко відображають стереотипне сприйняття жінок чоловіками: краса і розум несумісні. Наприклад, *bimbo (a young woman considered sexually attractive but of limited intelligence)*;

— жінка як об'єкт сексуального задоволення. У сленгізмах типу *crackling (a woman regarded as an object of sexual desire)*, *crumpet (a woman regarded as a means of sexual gratification)* актуалізується зневажливе ставлення до жінки;

— розпусна жінка. Жіноча нерозбірливість в сексуальних зв'язках з чоловіками. У наступному прикладі сленг *hosebag (a sexually promiscuous woman)* стоїть в одному ряду з образливим *bitch: What about that hosebag who ditched you? I hated that bitch even at your wedding* [66]. У ще одному прикладі сленгізм *tramp* протиставляється словосполученню із позитивною коннотацією *nice girls: You can easily tell the nice girls from tramps* [66].

У тематичній групі «риси характеру» чітко проявляється опозиція «свій/чужий», в рамках якої представники маскулінної групи реалізують свої упередження по відношенню до представників фемінної групи, наділяючи жінок виключно негативними рисами характеру: *dumb dora (a stupid woman)*, *ball-breaker (a dominating woman who destroys a man's self-confidence)*.

Звернемося до аналізу маскулінних сленгізмів. Найбільш численною є тематична група «сексуальні відносини», в якій виділяються такі підгрупи:

— сексуально привабливий чоловік – *Hunk (a sexually attractive man)*, *chaser, stud*

— гомосексуаліст – ця підгрупа вкрай деталізована: існують номінації для молодого гомосексуаліста (*bum-boy*), немолодого (*aunt*), мужнього (*truck-driver*), що приховує свою орієнтацію (*closet queen*).

У наступну групу об'єднані сленгізми, що позначають якості характеру чоловіків. Очевидною є опозиція «позитивні / негативні риси характеру».

Як позитивні оцінюються такі якості, як щедрість: *butter-and-eggman*, *gold-mine*, а також сміливість, іноді межують безглуздя: *boy-racer* (*a young man who has a penchant for reckless driving*), *wide boy* (*a male characterized by his cocky charm and illicit dealings*).

Негативної оцінки заслуговують такі якості чоловіків, як слабкість, нерішучість: *wimp* (*a male who is both weak and indecisive*), *wuss* (*a cowardly weak man*), неотесаність: *Alvin*, *galoot*.

Найменш репрезентативною є тематична група «зовнішність», в якій виявляється опозиція «привабливий/жінкоподібний». Стереотипне уявлення про привабливого чоловіка часто зводиться до образу сильного, фізично розвиненого чоловіка: *beefcake*, *carpet-dragger*, *heart-throb*, *able-gable*. Непривабливим представляється слабкий, жінкоподібний чоловік. Зауважимо, що перенесення традиційно маскулічних якостей (як внутрішніх, так і зовнішніх) на жінку сприймається позитивно, в той час, як зворотній процес оцінюється виключно негативно. Припускаємо, що це ще один прояв андроцентризму в мові і в сленгу, у тому числі прикладами номінацій жінкоподібних представників сильної статі являють такі сленгізми, як *Jessie*, *Sissy*, *fag*, *campee*.

Проведений і представлений аналіз гендерної асиметрії в англійському сленгу свідчить про існування в мовному стандарті множинних інтерпретацій рольових відносин чоловіків і жінок. Такі інтерпретації називають гендерними стереотипами, тобто соціально і культурно обумовленими уявленнями про те, як слід поводитися представникам сильної і представницям слабкої статі. Незважаючи на те, що феміністську ідеологію і жіночий рух досить серйозно підірвали колись безумовні гендерні стереотипи, творці і користувачі сучасного

англійського сленгу остаточно не позбулися цих стереотипів, а, навпаки, активно і досить креативно генерують нові емоційно-оціночні лексичні і фразеологічні одиниці, в яких знаходять відображення їх погляди і уявлення про навколишній світ, в тому числі і стереотипні.

Таким чином, можна говорити про те, що англійський сленг, будучи доволі динамічним мовним явищем, відображає наступну ситуацію репрезентативності гендерних особливостей: при розгляді сленгових одиниць вдалося з'ясувати, що кількісно переважають сленгізми, які називають жінку. Таким чином, чоловік постає як найбільш активний творець сленгізмів в сучасній англійській мові, який обрав в якості об'єкту номінації жінку.

3.3 Розвиток англійського молодіжного сленгу на регіональному рівні

У середні віки такі письменники, як Чосер, Вільям Кекстон, Вільям Малмесбері виявили регіональні відмінності у вимові та діалекти. Це було перше значення терміну «сленг». Однак сучасне значення терміну «сленг» з'явилося не раніше XVI-XVII ст. Наприкінці XVI ст. з'явився англійський кримінальний сленг. Це був новий вид мови, який використовували злочинці і шахраї в пабах закладів та ігорних будинках. Перший англійський кримінальний сленг вважається іноземним, багато вчених вважали, що він народився в Румунії, або мав певне відношення до французької мови. Кримінальний жаргон розвивався дуже повільно.

У XVIII ст. вчителі переконували своїх учнів, що кримінальний жаргон – це неправильно з точки зору англійської мови і він став вважатися табу. До 1700 р. культурні відмінності в Америці почали впливати на англійське населення і сленг почали поширюватися. Майже всі сленгові слова і вирази цього періоду були пов'язані з анатомією людини. Крім того, у XVIII ст. відбулися деякі важливі події, які вплинули на розвиток сленгу; серед них – експансія Заходу, цивільні війни і аболіціоністський рух.

У той час такі вчені, як Уолт Уйтмен, В. Д. Уітні, Брендон Метьюз стверджували, що сленг – це все нове, що є в мові. Уолт Уйтмен був переконаний, що сленг – це життя мови. Вони писали: “*that slang was a wholesome.....of common humanity to escape the form bald literalism, and express itself illimitably*” [49, с. 78]. Це був поворотний момент для сленгу. Тепер він перестав асоціюватися тільки зі злочинцями та іноземцями. Але тільки до початку 1920-х р. сленг став використовуватися письменниками.

У період після першої світової війни ставлення суспільства до сленгу почало змінюватися. Почав з’являтися попит на розваги, медіа і претензійну літературу. Сучасний жаргон постійно розвивається під впливом різних культур і нових технологій, створюючи різні варіації сленгу від екстремального жаргону наркоманів до сленгу афроамериканців [49, с. 61].

Як відомо, більша кількість слів утворилася саме в якості сленгу. Наприклад, колись прикметник *nice* був сленгом, а сьогодні він має звичайне значення – “*a nice day*”, “*a nice time*”, “*a nice place*”. Прикметник *awfull* також спочатку був сленговим. “*Awful sweet*” або “*awfully dear*” все ще звучать як сленг, проте такі вирази, як “*awful children*” або “*awful job*” давно не є сленгом. Зауважимо, що слова переходять із сленгу в літературну мову і це явище є характерним. Хтось вигадує новий, захоплюючий вираз, а хтось бере старий вираз і робить його яскравим. Як приклад можна навести деякі фрази Рузвельта: *muck-raker*, *Ananias Club*, *short and ugly word*, *nature-faker and big-stick*. Жоден з цих виразів не було новим, але особливий талант Рузвельта зробив кожен з них гострим та іронічним, дозволивши їм стати частиною сленгу [64, с. 71].

Зазначимо, що найбільше сленгу сьогодні з’являється в США. Вираз “*Not for Joe*” з’явився за часів громадянської війни, коли одні солдати відмовився дати іншому попити. “*Not if I know myself*” – родом з Чикаго. “*What's the matter with? He's all right*”, також з’явилося в Чикаго і спочатку звучало як “*What's the matter with Hannah?*” відносячись до ледачою служниці. “*There's millions in it*” та “*By a large majority*” з’явилися в «Позолоченому Столітті» Марка Твена. “*Pull*

down your vest", *"jim-jams"*, *"got'em bad"*, *"that's what's the matter"*, *"go hire a hall"*, *"take in your sign"*, *"Champion liar"*, *"dry up"*, *"hump yourself"*, *"it's the man around the corner"*, *"Bag and baggage"*, *"putting up a job"*, *"put a head on him"*, *"no back talk"*, *"chief cook and bottle washer"*, *"bottom dollar"*, *"went off on his ear"*, *"staving him off"*, *"Making it warm"*, *"dropping him gently"*, *"dead gone"*, *"chalk it down"*, *"busted"*, *"Counter jumper"*, *"old hoss"*, *"put up or shut up"*, *"bang up"*, *"smart Aleck"*, *"too much jaw"*, *"hunkey dorey"*, *"chin-music"*, *"top heavy"*, *"barefooted on the top of the head"*, *"a little too fresh"*, *"as fine as silk"*, *"name your poison"*, *"died with his boots on"*, *"hold your horses"* та багато інших вирази, які родом з Америки і використовуються сьогодні [52, с. 81].

Каліфорнія є придатним місцем для зародження метафоричної мови. Цей штат став батьківщиною для *"go off and die"*, *"do not you forget it"*, *"rough deal"*, *"square deal"*, *"flush times"*, *"pool your issues"*, *"it will not wash"*, *"go bury yourself"*, *"down to bed rock"*, *"go drown yourself"*, *"give your tongue a vacation"*, *"a bad egg"*, *"go climb a tree"*, *"plug hats"*, *"well fixed"*, *"pay dirt"*, *"petered out"*, *"slug of whiskey"*, *"hard pan"*, *"it pans out well"* and *"I should smile"*, *"small potatoes and few in the hill"*, *"soft snap"*, *"all fired"*, *"gol durn it"*, *"an up-hill job"*, *"slick"*, *"short cut"*, *"guess not"*.

Вирази *"innocent"*, *"I reckon"*, *"acknowledge the corn"*, *"bark up the wrong tree"*, *"great snakes"*, *"playing 'possum"*, *"dead shot"* походять з Південних штатів. *"Doggone it"*, *"You bet"*, *"that beats the Dutch"*, *"you bet your boots"* прийшли з Нью Йорка [52, с. 87].

Значимо, що газети мають величезний вплив на появу сленгу. Репортери, письменники, редактори – ці люди створюють сленг. Нью-Йорк – це місце створення сленгу. Усі порушення і спотворення мови відбуваються точно тут, на П'ятій авеню, де сильно порушуються норми англійської мови. Багато подій, що відбуваються в сучасному світі є причиною появи нових сленгізмів. Через деякий час ці слова увійдуть у повсякденну мову, ті, хто їх використовує, забувають про те, що ці слова колись були сленгізмами.

Наприклад, у дні Земної Ліги в Ірландії з'явилося слово *boycott*, яке було іменем дуже непопулярного землевласника – *Captain Boycott*. Люди відмовлялися працювати на нього, і його урожай згнив. Відтепер будь-хто, хто впав у немилість і кому відмовилися допомогти сусіди, тому був оголошений бойкот. Колись це слово було сленгом, але в сучасних словниках це норма.

Зауважимо, що політики також доповнюють сленг. Завдяки ним з'явилися вираження "*dark horse*", "*buncombe*", "*the gray mare is the better horse*", "*dark horse*" (usually "*dark horse candidate*" – A candidate in a political race who is unknown but rises to prominence), "*barrel of money*", "*gerrymander*", "*scalawag*", "*pulling the wires*", "*taking the stump*", "*logrolling*", "*machine*", "*slate*" [52, с. 93].

Перейдемо до розгляду кокні. Сьогодні термін кокні відноситься не тільки до тих, хто народився в Лондоні, але і до всіх, хто говорить з таким акцентом. Кокні тепер все рідше в центральному Лондоні, все більше і більше в передмістях, а також по всій південно-східній Англії. Він дуже популярний в округах Бедфорд і Ессекс. Кокні також називають римовим сленгом, коли замість одного вживаються слова, які римуються з ним. Наприклад, слово "*look*" римується з "*butcher's hook*". У багатьох випадках римоване слово пропускається, і ніхто не говорить "*butcher's hook*", вони просто кажуть "*butcher's*". Однак римоване слово не завжди пропускається, конструкції кокні дуже різні і часто залежать тільки від ситуації [50].

Немає причин для того, щоб розглядати кокні, як таємну мову, адже англійці, також як і будь-які інші народи, люблять римувати. Доказом цього є безліч подвійних слів (reduplications) в англійській мові. Наприклад, "*hoity-toity*", "*higgledy-piggledy*", "*namby-pamby*", "*nitty-gritty*", "*itsy-bitsy*", etc.

Першими, хто вирішив систематично зафіксувати рими сленгу, були *Ducange Anglicus* і *John Camden Hotten*.

Англікус включив такі приклади, що датуються 1857 роком:

Apple and Pears, stairs.

Barnet-Fair, hair.

Bird-lime, time.

Lath-and-plaster, master.

Oats and chaff, footpath [55].

Книга Хоттена включає:

Bull and cow, a row.

Chevy Chase, the face [55].

Хоттен вперше назвав цю конструкцію, що римується сленгом в своєму словнику: *"The cant, which has nothing to do with that spoken by the costermongers, is known in Seven Dials and elsewhere as the Rhyming Slang, or the substitution of words and sentences which rhyme with other words intended to be kept secret. I learn that the rhyming slang was introduced about twelve or fifteen years ago"*. Цей сленг став відомий в США тільки в кінці XIX ст. [55].

Багато сленгізмів утворилися у Лондоні і використовуються тепер по всій Британії. Наприклад, багато британців часто використовують вираз *"use your loaf"*, але мало хто здогадується, що він прийшов з кокні (*"loaf of bread: head"*). Римований сленг використовується сьогодні в багатьох англійських країнах, особливо в Австралії, Ірландії і Канаді. Багато прикладів кокні зародилися саме в цих країнах, хоча основним джерелом як і раніше є Лондон. Наведемо приклади.

Австралія:

Reg Grundies = Undies (Grundy is an Australian businessman)

Steak and kidney = Sydney

Ірландія:

Flowers and frolics = bollocks (nonsense) or, with an Irish accent, bollicks.

Шотландія:

Corned (beef) = deaf or, in Scotland, deif.

США:

Eighty-six = nothing (nix).

Сучасний кокні, що розвивається сьогодні, в основному римує слова з іменами знаменитостей. Дуже мало виразів є винятком з цього правила. Наприклад, *"Wind and Kite"* позначає *"Web site"* [50]. Багато сленгізмів,

зафіксованих Хоттеном і Англікусом, вже вийшли з ужитку. Наприклад, *“Billy Button – mutton”* або *“Mailstone jailor – tailor”*.

Кокні пережив і зльоти і падіння, але сьогодні він використовується як ніколи. Останнім часом з'явилося багато нових слів і виразів. Наприклад, *“Emma Freuds”: hemorrhoids; (Emma Freud is a TV and radio broadcaster)* або *“Ayrton Senna”: tenner (10 pound note)*.

Тож, підсумуємо, що діалект «кокні» відрізняється нестандартною вимовою, не відповідає літературній нормі вживання, а також володіє схожістю з римованим сленгом. Нижче наведемо кілька прикладів вживання лондонського просторіччя «кокні»: застосування дієслова *“to be”* в значенні *“is not”* замість *“is not”* або *“am not”*; використання фокусного прислівника *“weally”* замість *“really”*; а також приклади римованого сленгу *“plates of meat”* замість *“feet”*, замість *“head”* – *“loaf of bread”* і т.д.

Існує й інший відомий територіальний діалект «скауз», поширений на території метропольного графства Мерсісайд. На жаль, ми маємо досить мало письмових джерел, що відображають даний соціально-мовний елемент. Перш за все варто відзначити те, що слово «скауз» (*scouse, sconce, scowse, skowse*) походить від морського жаргонізма *“lobscouse”* (тушковані овочі з шматочками м'яса), в минулому чергова страва ліверпульських моряків [29, с. 21]. Територіальний діалект «скауз», як і «кокні», має цілу низку фонетичних, морфологічних і синтаксичних ознак. Типові приклади вживання ліверпульського просторіччя «скауз»: *“De Pool”* – *“the city of Liverpool”*; *“Sevvy Park Liblab”* – *“Sefton Park Public Library”*; *“Footee”* – *“football”*; *“Chuck”* – *“bread”*; *“Lush”* – *“drink”*.

Переходячи до розгляду австралійських сленгізмів зазначимо, що вони схильні до впливу з боку Великої Британії через англійську колонізацію території Австралії і подальшим прибуттям великої кількості переселенців з різних регіонів Англії, Шотландії та Ірландії. Широко використовується в британському і австралійському сленгу прикметник *“jonnox”, “jonnick”* (*“jonick”*) (справедливий, чесний, хороший, приємний):

1) *If you'll be jonnex to me, I'll be jonnex to you.* (Якщо ти будеш чесний зі мною, в такому випадку і я буду чесний з тобою); (прикметник "*jonnex*" поширене в графстві Корнуолл на південном -заході Англії.)

2) *He is a proper jonnick old fellow.* (Дійсно, цей хлопець заслуговує на повагу). (Як правило, варіант "*jonnick*" вживається в неметропольному районі Іст Девон графства Девон, Англія).

3) *There was a wildness about that fellow's look that made me feel certain he was not jonick ...* (У погляді того хлопця було щось страшне, я відразу відчув, що він погана людина). ("*Jonick*" варіант австралійського «ареалу» вживання) [72].

Таким чином, нами були вивчені різні джерела з питання змісту територіального, загального сленгу, який представлений широко поширеною, загальноживаною лексикою нелітературної мови з яскраво вираженим експресивно-емоційним забарвленням, що існує в макросистемі англійського просторіччя.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі нами було розглянуто особливості соціолінгвістичного аспекту англомовного молодіжного жаргону.

Було визначено, що вживання жаргонізмів замість загальноприйнятої термінології може вказати на професію того, хто говорить, використання територіальних діалектизмів – про походження оповідача. Фахівці в цій галузі можуть по розмові визначити навіть стать і вік співрозмовника. Вживання просторіччя властиво малоосвіченій частині населення або нижчому класу, в той час як вищі стани воліють до правильної мови.

Нами був проаналізований роман Дж. Селінджера «*The Catcher in the Rye*», який є яскравим прикладом для порівняння жаргону за соціальними групами. У досліджуваному романі можна виділити дві соціальні групи: підлітки, в основному учні старших класів американських шкіл, і їх викладачі,

представники світу дорослих. Проаналізований матеріал дозволяє стверджувати, що сленгова мова характерна для підлітків та молоді.

Крім того, нами була розглянута гендерна асиметрія в сучасному англomовному сленгу. Були проаналізовані словники-сленгізмів: Oxford Dictionary of Modern Slang; Dictionary of American Slang. Проведений аналіз виявив, що основним типом асиметричних відносин у сленгу виступає асиметрія, що проявляється у відсутності одного з контрагентів. Відсутність гендерного контрагента передбачає наявність категорії «чоловічої» референції при відсутності паралельної їй «жіночої» і навпаки. Проаналізувавши одиниці англійського сленгу, можна зробити висновок, що більша частина сленгізмів – це номінації жінки, характеристики її якостей.

Нами були розглянуті регіональні особливості молодіжного сленгу, який представлений загальноновживаною лексикою нелітературної мови з яскраво вираженим експресивно-емоційним забарвленням, що існує в макросистемі англійського просторіччя.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі нами було здійснено теоретичне обґрунтування особливостей англійського молодіжного жаргону як соціального різновиду мовлення.

Найбільш поширеними термінами для позначення молодіжної мови є молодіжний жаргон, молодіжний сленг і мова молодіжної субкультури. Нами було визначено, що сленг – це змішування діалектизмів і розмовної мови молоді, це особливі слова, які або видозмінилися, або набули нового значення.

Нами були виділені причини широкого поширення жаргону в сучасному суспільстві: популяризація «кримінальної романтики», що пропагується засобами масової інформації (кримінальні серіали, детективи, статті в журналах і газетах, які розповідають про красиве і важке життя кримінальних «авторитетів», осіб певних професій та ін.); широкий вплив американської англійської мови на інші мови світу, в тому числі і на українську, обумовлений розвитком техніки та інформаційних технологій (принтер, сканер, дисплей і т.д.), а також поклонінням перед усім закордонним (моніторинг – спостереження, менеджер – керуючий і т.д.).

Завдяки аналізу теоретичних джерел було встановлено, що за структурою сленг розподіляється на загальний і спеціальний. Спеціальним сленгом користуються люди, пов'язані спільністю інтересів і займають однакове становище у суспільстві, в той час як загальний сленг не закріплений за певною групою людей, але також знаходиться за межами літературної мови. Крім того сленг можна класифікувати за способом утворення: іншомовні запозичення, афіксація, метафоризація (придбання словом метафоричного значення), антономазія (літературний вид заміни імен, що складається з того, що загальне ім'я замінюється власним і навпаки), стяжіння, абрєвіація, словоскладання.

У нашому дослідженні ми об'єднали номінативну функцію з комунікативною і виокремили основні функції молодіжного сленгу: 1. номінативну (в поєднанні з комунікативною): в системі сленгу різні явища

набувають нові найменування, більш емоційні, крім того, з'являються слова, для визначення яких не існує слів в стандартній мові; 2. когнітивну, суть якої полягає в тому, що багато слів у сленгу містять в собі додаткову інформацію, відсутню в формальних, стандартних позначеннях, завдяки чому, надають додаткову інформацію про навколишній світ; 3. експресивну (часто емоційно-оцінну), суть якої полягає в тому, що вона репрезентується за допомогою сленгізмів, що виражають певне ставлення до якихось явищ, наприклад, зневажливе, іронічне і т. д. ; 4. ідентифікаційну: сленг є певним сигналом, що допомагає розпізнати «свого» серед «чужих; 5. функцію економії часу: сленг допомагає економити час спілкування, використовуючи різні скорочення, аббревіація.

Нами було визначено, що у процесі пізнання і освоєння природи людиною навколишній світ постає в трьох формах: 1) реальна картина світу – об'єктивна даність, світ, що оточує людину; 2) культурна (або понятійна) картина світу – це відображення реальної картини світу через призму понять, сформованих на основі уявлень людини, отриманих за допомогою органів чуття і пройшли через його свідомість, як колективне, так і індивідуальне; 3) мовна картина світу – це відображення реальності через культурну картину світу. Культурна картина світу різна у різних народів, вона специфічна. Культурна і мовна картини світу взаємопов'язані, взаємодіють і залежать одна від одної. Мовна картина світу – це сукупність знань, відображених в мовній формі; історично склалася в повсякденній свідомості даного мовного колективу і відображена у мові сукупність уявлень про світ, певний спосіб концептуалізації дійсності від реальної картини світу, тобто реального світу, який оточує людину.

Аналіз теоретичних досліджень дозволив виокремити комунікативно-релевантні риси англійського менталітету і національного характеру, які сприяють формуванню «англійської» мовної картини світу: 1. Помірність, стриманість. 2. Консерватизм в суспільному житті. 3. Законслухняність. 4. «Чесна гра». 5. Ввічливість (демонстрація правил поведінки). 6. Толерантність.

7. Повага до власності. 8. Індивідуалізм, невтручання в чужі справи, дотримання «privacy». 9. Дистанціювання. 10. Почуття англійської переваги. 11. Прагматизм і раціоналізм.

Нами було визначено, що в англійській мові сленг має своє ексклюзивне забарвлення. Англійський сленг, як і всі інші, дуже виразний, він відрізняється стислістю і дотепністю. Вживання сленгу майже завжди доречне в розмовній мові. Тому людям, що вивчають англійську, безумовно, варто звертати увагу на вивчення цього аспекту мови, якщо вони хочуть вільно спілкуватися в іншомовному середовищі. Було проаналізовано словники молодіжного сленгу Тоні Торна (Tony Thorne) і Джона Ейто (John Ayto) та словник сучасної сленгу тінейджерів у Великобританії *The A-Z of Teen Talk* (Lucy van Amerongen). Ці словники допомігли нам скласти короткий вокабуляр сучасного сленгу молоді Великобританії.

Нами було систематизовано найбільш вживані жаргонізми: 1. Cockney rhyming slang («римований сленг»); 2. Everyday slang. («повсякденний сленг»); 3. Mobile slang. («мобільний сленг»). Проаналізували інтернет-сайти з підбірками найуживаніших смс-сленгізмів.

Проаналізовані матеріали дозволили визначити, що характерною рисою молодіжної мови є використання стилістично нейтральної та зниженої лексики, великого числа скорочень / аббревіатур, оскільки вона спрямована на економію мовних засобів при збереженні максимального емоційного навантаження.

Було визначено, що вживання жаргонізмів замість загальноприйнятої термінології може вказати на професію того, хто говорить, використання територіальних діалектизмів – про походження оповідача. Фахівці в цій галузі можуть по розмові визначити навіть стать і вік співрозмовника. Вживання просторіччя властиво малоосвіченій частині населення або нижчому класу, в той час як вищі стани воліють до правильної мови.

Нами був проаналізований роман Дж. Селінджера «The Catcher in the Rye», який є яскравим прикладом для порівняння жаргону за соціальними групами. У досліджуваному романі можна виділити дві соціальні групи:

підлітки, в основному учні старших класів американських шкіл, і їх викладачі, представники світу дорослих. Проаналізований матеріал дозволяє стверджувати, що сленгова мова характерна для підлітків та молоді.

Крім того, нами була розглянута гендерна асиметрія в сучасному англomовному сленгу. Були проаналізовані словники-сленгізмів: Oxford Dictionary of Modern Slang; Dictionary of American Slang. Проведений аналіз виявив, що основним типом асиметричних відносин у сленгу виступає асиметрія, що проявляється у відсутності одного з контрагентів. Відсутність гендерного контрагента передбачає наявність категорії «чоловічої» референції при відсутності паралельної їй «жіночої» і навпаки. Проаналізувавши одиниці англійського сленгу, можна зробити висновок, що більша частина сленгізмів – це номінації жінки, характеристики її якостей.

Нами були розглянуті регіональні особливості молодіжного сленгу, який представлений широко поширеною, загальноживаною лексикою нелітературної мови з яскраво вираженим експресивно-емоційним забарвленням, що існує в макросистемі англійського просторіччя.

Підсумовуючи зазначимо, що у сучасному суспільстві люди свідомо чи несвідомо використовують десятки жаргонізмів (жаргонні слова або вирази), перетворюючи нашу рідну розмовну мову в силу історичних, культурних, політичних і соціально-економічних перетворень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апресян Ю. Д. Избранные труды. Том II: Интегральное описание языка и системная лексикография. Москва: Школа «Языки русской культуры», 1995.
2. Арбекова Т. И. Лексикология английского языка: практический курс. Москва, 1977.
3. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. Москва, 1959.
4. Арутюнян С. М.. Нация и ее психический склад. Краснодар, 1966.
5. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование. Вопросы языкознания. 1996. № 3. С. 32–41.
6. Бизюлёва Г. Г. Неповторимость молодежного английского сленга. Москва, 2011.
7. Бондалетов В.Д. Социальная лингвистика. Москва: Просвещение, 1987. 160 с.
8. Введенская В. А., Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов. Изд. 28-е. Ростов н/Д: Феникс, 2010. 539 с.
9. Вежбицкая А.А. Семантические универсалии и базисные концепты / сост.: А. Д. Кошелев; пер. с англ. А. Д. Шмелева и др. Москва: Языки славянских культур, 2011. 568 с.
10. Вепрева И. Т. О феномене моды в языке. Екатеринбург, 2001.
11. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. «Нова книга», 2003.
12. Викторова Е. Ю. Роль количественного подхода в изучении функционирования дискурсивных слов Филология и человек. 2013. № 4. С. 34–46.
13. Вилюман В. Г. О способах образования сленга в современном английском языке. Вопросы языкознания. Москва, 1960.

14. Волошин Ю. Общий американский сленг: состав, деривация и функция (аспект). Краснодар: КубГУ, 2000.
15. Гекало С. А. "Denglish" или "Germeng"? (к проблеме языкового отражения взаимодействия – фольклористика. Сб. науч. ст. Вып. 2. Славянск-на-Кубани, 2003.
16. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. Москва, 1984.
17. Гуревич П. С. Субкультура. Культурология. XX век: энциклопедия. Санкт-Петербург, 1998. Т. 2. 236 с.
18. Дриус Л. Особенности современного молодёжного сленга (на материале произведения И. Денежкиной «Дай мне!»). Москва, 2004.
19. Захарченко Т.Е. Сленг, что это такое? Английский и американский сленг. Москва: АСТ: Астрель, 2009.
20. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя, ЗНУ, 1998.
21. Иванова Н. С. Молодежный жаргон в лингвокультурологическом освещении: автореф. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2007. 25 с.
22. Ионина А.А. Особенности современного текстового мышления. SMS-язык. Москва: Норма, 2012. 194 с.
23. История слова жаргон. Энциклопедия современного языка. URL: <http://ojargone.ru/info/sokr/istoriya-slova-zhargon/>
24. Карабан В. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову. Вінниця, 2003.
25. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс : монография. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
26. Колесниченко А. Н. Сленг в английском и русском языках: структурно-семантический, этимологический, функциональный и стилистический аспекты. Москва, 2008.
27. Лаптева Ю. В. Функции молодёжного сленга (на материале французского языка). Москва, 2012.

28. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. Москва: Языки русской культуры, 1996. 464 с.
29. Маковский М. М. Современный английский сленг. Онтология, структура, этимология. Москва, 2009.
30. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. Москва: Издательский центр «Академия», 2001.
31. Матарыкина Н. Д. Неологизмы немецкого молодежного сленга на рубеже XX-XXI веков. Дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Москва, 2005.
32. Мозжухин К. Е. Сленг в речи студентов американских университетов : На примере анализа газеты "The Koala". Калифорнийский университет в Сан-Диего, 2004.
33. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. Российская академия наук. 4-е изд., дополненное. Москва: ООО «А ТЕМП», 2013. 874 с.
34. Орлов Г.А. Современная английская речь: Учебное пособие для вузов по специализации «Английский язык и литература». Москва: Высшая школа, 1991. 240 с.
35. Павленко В. Г. Словообразовательные модели сложных слов в современном английском языке (на материале произведения Дж.Толкиена «Властелин колец»). Вектор развития современной науки сборник материалов X Международной научно-практической конференции. Научный центр «Олимп». Астрахань, 2016. С. 933–940
36. Серебренников Б. А., Кубрякова Е. С., Постовалова В. И., Телия В. Н., Уфимцева А. А. Роль человеческого фактора в языке. Москва: Наука, 1988. 416 с.
37. Словарь употребительных английских пословиц: 326 статей/М. В. Буковская. Москва: Русский язык, 1985. 232 с.
38. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови. Київ: Критика, 2005. 464 с.

39. Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж: изд-во «Истоки», 2003.
40. Сухенко К. М. Лексичні проблеми перекладу. Київ: Київ. Нац. Універ. Ім. Тараса Шевченка. 1992 .
41. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. Москва: Изд-во МГУ, 2004.
42. Торн Т. Словарь современного сленга / Dictionary of Modern Slang. Москва: Вече Персей, 1996. 592 с.
43. Уорф Б.Л. Отношение норм поведения и мышления к языку. Новое в зарубежной лингвистике. Москва, 1960. Вып. 1. С. 174–178.
44. Цибизова О. В. Современный молодежный жаргон: проблемы лексикографического описания : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Северодвинск, 2006. 183 с.
45. Шамне Н. Л. Теоретические и прикладные аспекты эколлингвистического мониторинга региона. Пространство в языке и речи: эколлингвистические и лингвокультурологические проблемы изучения и описания. Волгоград : Изд-во ВолГУ 2010. С. 17–28.
46. Ayto J. Oxford Dictionary of Slang Oxford University Press, 2nd ed., 1999. 480 p.
47. Barrère A. A. Dictionary of Slang, Jargon, and Cant, Embracing English, American, and Anglo-Indian Slang, Pidgin English, Tinkers' Jargon and Other Irregular Phraseology. Detroit, 1967. Vol. 1.
48. Buchstaller I. Social stereotypes, personality traits and regional perceptions displaced : Attitudes towards the 'new' quotatives in the UK // Journal of Sociolinguistics. 2006. № 10(3). P. 362–381.
49. Bullard W. History of slang. London, 2007.
50. Cockney Rhyming slang: web site. URL: www.cockneyrhymingslang.co.uk
51. Dailey-O 'Cain J. The sociolinguistic distribution of and attitudes toward focuser like and quotative like. Journal of Sociolinguistics, 2000. № 4 (1).

52. Devlin J., Waters Th. How to speak and write correctly: web site.
URL:<http://businessbuildersbanquet.com/software/hwswc.pdf>
53. Dictionary of American Slang / Compiled by H.Wentworth and S.B. Flexner. New-York, 1970.
54. Eble C. Slang and sociability. L. and Chapel Hill : UNC Press Books, 1996. 244 p.
55. English idioms, phrases and proverbs that we use daily, with their meanings and origins explained: web site. URL: www.phrases.org.uk
56. English Slang: web site. URL: <http://www.correctenglish.ru/other/english-sms/>
57. Fox K. Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour Hodder & Stoughton, 2014. 592 p.
58. Halliday, Michael A. K. Language as Social Semiotics: The Social Interpretation of Language and Meaning. London: University Park Press, 1978. 256 p.
59. Hoberg R. Sprechen wir bald alle Denglisch oder Germeng? Die deutsche Sprache zur Jahr-tausendwende. Sprachkultur oder Sprachverfall? Mannheim-Leipzig-Wien-Zurich, – 2000.
60. Hotten J. C. A Dictionary of Modern Slang, Cant and Vulgar Words, Used at the Present Day in the Streets of London. London, 1860. 300 p.
61. Lingualeo blog: web site. URL: <https://corp.lingualeo.com/ru/2016/10/27/100-angliyskih-sokrashheniy-v-perepiske/>
62. Longman Exams Dictionary. Pearson Education Limited, 2006. 1833 p.
63. Lucy van Amerongen The A-Z of Teen Talk Ravette Publishing Ltd, 2007. 40 p.
64. Mencken H. L. American language. New-York, 1921.
65. One Direction One way Or Another : web site.
URL:https://www.amalgamab.com/songs/o/one_direction/one_way_or_another.htm
- 1
66. Oxford Dictionary of Modern Slang. Oxford University Press, 2010.

67. Partridge E., Dalzell T., Victor T. The new Partridge dictionary of slang and unconventional English. Taylor & Francis, 2006.
68. Salinger D. The Catcher in the Rye: web site. URL:<http://simontechnology.org/ourpages/auto/2013/1/23/53406450/Catcher%20in%20the%20Rye%20Text.pdf>
69. SMS-сокращения 4U: Популярныe акронимы эры текстовых сообщений и интернет-чатов:веб-сайт. URL: <https://skyeng.ru/articles/sms-sokrashcheniya-4u-populyarnye-akronimy-ery-tekstovyyh-soobshchenij-i-internet-chatov>
70. Sorni K. Lexical Innovation: a Study of Slang, Colloquialisms and Casual Speech. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 1981. 117 p.
71. Terna-Abah M. The prevalence of slang among the students of SBRS / Abu Funtua and its effects on the teaching of English as a second language. Journal of the Nigerian English Studies Association: web site. URL: <http://www.nigeriaenglish.com/content/v13/2/martha.pdf>.
72. The English Dialect Dictionary. London, Vol. 3, 1981.
73. Winterman D. Teen slang: What's, like, so wrong with like? : web site. URL:<http://www.bbc.co.uk/news/magazine-11426737>

SUMMARY

The graduation project focuses on socio-cultural features of the English-speaking youth slang.

The relevance of the research topic is indicated by the processes taking place in modern society. Democratization of society has led to an increase in the role of spoken language, its wider use in all spheres of speech communication. The most active members of society show their creative energy in speech intensely. Modern language is formed by the most active representatives of the language community such as journalists, politicians, businessmen and, of course, young people. The language of youth influences the state of the modern living language of mass communication.

Nowadays, jargon and other non-literary words embrace the media, the speech of educated people. Therefore, the study of youth slang is relevant today.

The study of new words appearing in the language reveals the tendencies of its development aimed at the search for modern productive language models and semantic processes identified in slang neologisms. The research of the language of young people is an integral part of the general problem of a global downturn of public speeches. Such features of youth speech as originality, outrageousness, the use of language game, make it expressive.

The study of youth jargon makes a significant contribution to the development of the problem of language expressiveness, ways to increase emotional impact. The language of youth is extremely mobile, changeable, therefore, it is impossible to do without the research of youth jargon the complex observations of the dynamics of language changes in recent decades, the study of modern processes that characterize the linguistic and cultural situation in England. Therefore, the theme of our research “Jargon as a specific phenomenon in modern English language youth discourse” is relevant.

A lot of scientists were engaged in the study of English slang such as: Beregovskaya E. M., Bondaletov V. D., Vepreva I. T., Willman V. G., Gekalo C. A.,

Gurevich, P. S., Dries L., Laptev Yu. V., Makowskij M. M., Ozhegov S. I., Pavlenko V. G., Ayto J., Barrere A. A., Eble C., Hoberg R., Hotten J. C., Winterman D.

The aim of the research work is a theoretical study and analysis of the features of jargon as a specific phenomenon in the modern English language youth discourse.

To achieve the aim set, the following tasks are to be fulfilled:

1. To consider youth jargon as a kind of jargon.
2. To describe the typology of youth jargon.
3. To characterize the discursive spheres of youth jargon functioning.
4. To study the formation of the linguistic picture of the world of modern English-speaking youth.
5. To describe the verbalization of the youth picture of the world in English slang.
6. To consider the systematization of youth jargon.
7. To analyze the features of youth slang typology by social groups.
8. To investigate the specifics of the use of youth jargon on a gender basis.
9. To characterize the regional features of modern youth jargon.

The object of the research is the English youth jargon in the modern discourse.

The subject of the research is the socio-cultural peculiarities of the English youth slang.

The hypothesis of the study is based on the assumption that slang has a great influence on the formation of speech culture of young people.

The following linguistic methods and techniques were used: statistical method, descriptive (such methods as observation, comparison, generalization, classification), semantic analysis, derivational and distributional analysis.

The scientific novelty of the research is the complex representation of modern youth slang, considered from the point of view of its semantic and word-formation parameters; the description of its main lexical and semantic fields and the identification of the basic cultural units that determine the linguistic characteristics of youth slang.

The theoretical significance of the work is the systematization of theoretical prerequisites for the study of English youth slang, which, being a complex linguistic phenomenon, is one of the controversial problems of modern stylistics.

The practical significance of the work is the possibility of using the results of this work in further research of the lexicology and stylistics of the English language.

The structure of the research comprises an introduction, three chapters, conclusions, list of sources, appendices and summary in English.

Our graduation project showed up a theoretical justification analysis of the features of jargon as a specific phenomenon in the modern English language youth discourse.

We have determined that slang is the mixing of dialect and colloquial speech of young people, is special words which have either mutated or have acquired new meaning.

We have identified the reasons for the widespread use of jargon in modern society: the popularization of “criminal romance”, which is promoted by the media (crime series, detectives, articles in magazines and newspapers that tell about the beautiful and difficult life of criminal “authorities”, people of certain professions, etc.); the widespread influence of American English on other languages of the world, including Ukrainian, due to the development of information technologies (printer, scanner, display, etc.), as well as worship in front of all foreign things (monitoring and surveillance etc.).

A number of researchers have reported that the structure of slang is divided into general and special. Special slang is used by people who share common interests and occupy the same position in society, while general slang is not assigned to a specific group of people, but it is also outside the literary language. Additionally, slang can be classified according to the method of formation: foreign borrowing, affixation, metaphorization (the acquisition of word metaphorical significance), antonomasia (literary form of replacement of the names, consisting of the fact that the common name is replaced by the private and vice versa), the contraction, abbreviation, compounding.

We have combined the nominative function with communicative and identified the main functions of youth slang:

1. nominative (in combination with communicative): in the system of slang, various phenomena acquire new names, that are more emotional, in addition, there are words for the definition of which there are no words in the standard language;

2. cognitive, the essence of which is that a lot of words in slang carry additional information that does not have formal, standard designations, so that provide additional information about the world;

3. expressive (often emotionally-evaluative), the essence of which is that it is represented by slang, expressing a certain attitude to some phenomena, for example, dismissive, ironic, etc.;

4. identificational: slang is a certain signal that helps to recognize some information among the others;

5. time saving function: slang helps to save communication time by using various abbreviations, acronyms.

We have determined that in the process of understanding and mastering the nature by man the world appears in three forms:

1) real picture of the world-objective reality surrounding human world;

2) cultural (or conceptual) view of the world is a reflection of the real picture of the world through the prism of concepts formed on the basis of representations received through the senses, and passed through the consciousness, both collective and individual;

3) language picture of the world is the reflection of reality through the cultural picture of the world.

Cultural picture of the world is different to different people, it is specific. Cultural and linguistic worldview are interrelated, interact and depend on each other. The linguistic worldview is a set of knowledge reflected in the language form; historically formed in the everyday consciousness of the language team and reflected in the language of the set of ideas about the world, a certain way of conceptualizing reality.

The analysis of theoretical researches allowed to allocate communicative and relevant features of English mentality and national character which promote formation of English language picture of the world: 1. Moderation, restraint. 2. Conservatism in public life. 3. Law obedience. 4. "Fair play". 5. Politeness. 6. Tolerance. 7. Respect for property. 8. Individualism, non-interference in other people's affairs, observance of "privacy". 9. Distance. 10. A sense of English superiority. 11. Pragmatism and rationalism.

We have determined that the English language slang has its own exclusive color. English slang, like all the rest, is very expressive, it is characterized by brevity and wit. The use of slang is almost always appropriate in colloquial speech. Therefore, people learning English, of course, should pay attention to the study of this aspect of the language, if they want to communicate fluently in a foreign language environment. The dictionaries of youth slang of Tony Thorne and John Ayto and the dictionary of modern slang of teenagers in the UK *The A-Z of Teen Talk* (Lucy van Amerongen) were analyzed. These dictionaries helped us to compile a short vocabulary of modern slang of young people in the UK.

We have systematized the most used jargon: 1. Cockney rhyming slang; 2. Everyday slang; 3. Mobile slang. We have analyzed Internet sites with a selection of the most used SMS slang.

The analyzed materials allowed us to determine that the characteristic feature of the youth language is the use of stylistically neutral vocabulary, a large number of abbreviations, as it is aimed at saving language resources while maintaining the maximum emotional load.

It has been determined that the use of jargon instead of common terminology may indicate the profession of the speaker's use of territorial dialecticisms and the origin of the narrator. Experts in this field can determine while the conversation even sex and age of the interlocutor. The use of slang is peculiar to the uneducated part of the population or the lower class, while the educated people prefer using the correct language.

We have analyzed the novel by J. D. Salinger “The Catcher in the Rye”, which is a great example for comparing jargon by social groups. In the novel, we can distinguish two social groups: teenagers, mostly high school students in American schools, and their teachers, representatives of the adult world. The analyzed material suggests that slang language is typical for adolescents and young people.

In addition, we have considered gender asymmetry in modern English slang. We have analyzed the slang dictionaries: Oxford Dictionary of Modern Slang; Dictionary of American Slang. The analysis revealed that the main type of asymmetric relations in slang is asymmetry, which manifests itself in the absence of one of the counterparties. The absence of a gender counterpart presupposes a category of “male” reference in the absence of a parallel “female” reference and vice versa. We have analyzed the units of English slang and it can be concluded that a large part of the slang is about the category of women, the characteristics of its qualities.

We have considered the regional features of youth slang, which is represented by widespread, common vocabulary of non-literary speech with a pronounced expressive and emotional color that exists in the macrosystem of English slang.

Thus, we can conclude that in modern society, people consciously or unconsciously use dozens of jargon (slang words or expressions), turning our native spoken language into a force of historical, cultural, political and socio-economic transformations.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Методичний комплекс

Методичний комплекс вправ та завдань пропонується для студентів II курсу факультетів іноземних мов. Цей комплекс вправ відповідає темі дослідження: «Соціокультурні особливості англійського молодіжного сленгу». Матеріали магістерської роботи призначені для використання в процесі викладання курсів зі «Стилістики», «Прагмалінгвістики», «Міжкультурної комунікації», «Соціолінгвістики», «Психолінгвістики», Лінгвокультурології».

Практична мета націлена на те, щоб навчити студентів аналізувати тексти, які містять субкультурну інформацію, розрізняти техніки, завдяки яким здійснюється вплив на читача, а також чинники, що впливають на використання субкультурних англомовних засобів у текстах різного типу, удосконалювати вміння інтерпретації тексту, зокрема текстів, призначених для певних соціальних прошарків населення.

Освітня мета полягає в тому, щоб поглибити знання студентів щодо способів реалізації стилістично диференційованої лексики англійської мови, видів метафоричних та метонімічних переносів, що впливають на якість сприйняття стилістично маркованої інформації, а також ознайомити з індивідуальним стилем певної субкультури.

Розвиваючою метою є залучення студентів до читання іноземномовної публіцистики та інтернетвидань.

Виховна мета полягає у відпрацюванні таких видів діяльності, як індивідуальна робота, робота в парах та з викладачем, вихованні взаємоповаги до одногрупників під час обговорення проблемного питання, вмінні розуміти англомовні стилістично марковані тексти, бути ввічливими один до одного.

Practice exercise 1

Вправа 1: умовно-комунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: **Type the correct answer into the box using the words below.**

won't unless had would to be Which

1. Connie said she arrive by 7 p.m. at the latest.
 2. We can have the party in the garden, it rains.
 3. The meeting already finished by 5 o'clock.
 4. I saw him at the beach when he was supposed in the office!
 5. You'll be finished by this afternoon, you?
 6. way did she go?
-

Practice exercise 2

Вправа 2: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: **Choose the correct answer.**

1. I can't stand people chewing gum in class.
 - So can't I.
 - Neither I can.
 - Neither can I.
2. Whose watch is this?
 - It's mine.
 - It's my.
 - Is mine.

3. How often / this test?

- have you done
- you have been doing
- have you been doing

4. If you don't hold on you

- will fall!
- are falling!
- do fall!

5. He's very keen on

- the sport.
- sport.
- a sport.

6. Hooray - it's Saturday! We / to work.

- don't have
- don't got
- needn't got

Practice exercise 3

Вправа 3: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: **Click on any mistakes in the sentences. If there isn't a mistake, tick the box.**

1. Why you don't you come with us?
2. You'd better to get some petrol at the garage.
3. This shop only sells the modern furniture.

4. They warned her not to tell anyone about it.
 5. Jack will phone us the moment he gets to there.
 6. One of the girls is really pretty - all the guys fancy her.
-

Practice exercise 4

Вправа 4: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: груповий.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: **Click on the words in the correct order.**

1. to off bed. so I'm absolutely I'm exhausted
2. you help think Do me could you books? these carry
3. the in She is group. tallest her
4. an expensive live This area is to in. quite
5. having neighbours. with They trouble are their
6. house is party Whose the at?

Practice exercise 5

Вправа 5: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: парний.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: **Choose the correct answer.**

1. I find it hard to get used to living in a country.

2. I bought a new of jeans yesterday.
3. They live there any longer
4. I couldn't understand made her so upset.
5. She was running the bus when I saw her.
6. Her boyfriend went to the station to see her .

Practice exercise 6

Вправа 6: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: парний.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: **Type the correct answer into the box.**

1. Please help to a biscuit.
2. Taka's knowledge computers is excellent.
3. Where you going to go on holiday?
4. I'll email a photograph you.
5. Last year we our house broken in to.
6. The management increased the annual bonus.

Practice exercise 7

Вправа 7: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: парний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: **Choose the correct answer.**

1. Which relative pronoun cannot be used in an adding relative clause?

- which

that

who

2. Which preposition is used with dates?

in

at

on

3. Which word is a reflexive pronoun?

myself

me

mine

4. Which verb is the past perfect form?

have done

had done

was done

5. Which modal verb expresses ability?

may

must

can

6. Which phrase is the passive form?

is made

is making

has made

Practice exercise 8

Вправа 8: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: Click on any mistakes in the sentences. If there isn't a mistake, tick the box.

1. Your MP3 player is more smaller than mine.
2. Is it there a car park near here?
3. If you buy it online, you will would save 20%.
4. I think you should to apologise for being late.
5. How long have you been being living in Prague?
6. Maria did a fantastic presentation despite of feeling nervous.

Practice exercise 9

Вправа 8: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: Click on the words in the correct order.

1. I'll 8 for o'clock. wait until you
2. lunch father my meeting I'm for tomorrow.
3. see It last was you night. to lovely
4. interesting is a really Geography subject.
5. can't my passport I anywhere! find
6. go afternoon. the this library I need to to

Practice exercise 10

Вправа 8: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: **Choose the correct answer.**

1. There are, paperclips in my desk drawer.
2. Marco got dirty rugby.
3. Sandra is an engineer, she?
4. Do you any pets?
5. The teacher told to be quiet.
6. I work for a company produces furniture.