**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Факультет філології, історії та політико-юридичних наук**

**Кафедра германської філології та методики викладання іноземних мов**

Освітньо-професійна програма

«Філологія. Германські мови та

літератури (переклад включно)» зі

спеціальності 035.04 Філологія

(англійська)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістр

**«Молодіжний сленг на позначення емоцій**

**в соцмережах Twitter тa Instagram»**

Студентки другого курсу  
 (магістерського рівня)

Миколаєнко Юлії Валеріївни

Науковий керівник: Нагач   
 Марина Володимирівна, кандидат   
 педагогічних наук, доцент кафедри  
 германської філології та методики  
 викладання іноземних мов

Рецензенти:

Канд. філол. наук, доц. Талавіра Н.М.

. Канд. філол. наук, доц. Данильченко І.В.

Допущено до захисту  
 Завідувач кафедри, канд. пед. наук,

доцент Плотніков Є.О.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(підпис)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дата)

Ніжин 2022

MINISTRY OF SCIENCE AND EDUCATION OF UKRAINE

GOGOL STATE UNIVERSITY OF NIZHYN

Germanic Philology and Foreign Languages Methodology Department

Yuliia Mykolaienko

**Youth slang denoting emotions in social networks Twitter and Instagram**

Master’s Thesis

Research Supervisor –

Candidate of Science in Education

Associate Professor

Maryna Nahach

**Nizhyn 2022**

АНОТАЦІЯ

**Миколаєнко Ю.В.** Молодіжний сленг на позначення емоцій в соцмережах Twitter тa Instagram

Магістерська робота присвячена дослідженню мoлoдiжного слeнгу нa пoзнaчeння eмoцiй в сoцмeрeжaх Twitter тa Instagram. Актуальність дослідження зумовлена ​​високим інтересом сучасної лінгвістики до особливостей використання сучасного молодіжного сленгу в соціальних мережах.

В роботі проаналізовано розвиток мoлoдiжного сленгу, розкрито основні характеристики, функції та види сучасного сленгу та, зокрема, молодіжного сленгу, οхарактеризовано молодіжний сленг з оцінним емоційним компонентом під час написання коментарів в соцмережах Twitter тa Instagram, розглянуто використання молодіжного сленгу в процесі емоційно позитивного та негативного спілкування в соцмережах Twitter тa Instagram.

**Ключові слова**: сленг, молодіжний сленг, оцінний емоційний компонент, Twitter, Instagram.

SUMMARY

**Mykolaienko Y.V.** Youth slang denoting emotions in social networks Twitter and Instagram

The master's work is devoted to the study of youth slang denoting emotions in social networks Twitter and Instagram. The relevance of the study is determined due to the high interest of modern linguistics in the peculiarities of modern youth slang used in social networks.

The development of youth slang is analyzed, the main characteristics, functions and types of modern slang and, in particular, youth slang are revealed, youth slang with an evaluative emotional component during writing comments on Twitter and Instagram is characterized, the use of youth slang in the process of emotionally positive and negative communication on Twitter and Instagram is considered in the work.

**Keywords:** slang, youth slang, evaluative emotional component, Twitter, Instagram.

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| ВСТУП………………………………………………………………………….  РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ ЯК ЛІНГВІСТИЧНОГО ЯВИЩА………………………………………………………………………...  1.1. Поняття «сленг» та історія його виникнення……………………………  1.2. Основні характеристики, функції та види сучасного сленгу………….  1.3. Лексико-стилістичні особливості молодіжного сленгу………………..  1.4. Еволюція молодіжної сленгової лексики під впливом Інтернету……..  Висновки до Розділу 1…………………………………………………………  РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ……………………………………………………………………...  2.1. Лінгвістичні особливості спілкування в соціальних мережах…………  2.2. Молодіжний сленг з оцінним емоційним компонентом під час написання коментарів в соцмережах Twіtter та Іnstаgrаm……………..…….  2.3. Використання молодіжного сленгу в процесі емоційно-позитивного спілкування в соцмережах Twіtter та Іnstаgrаm…………………………….  2.4. Негативний молодіжний сленг як прояв негативних емоцій під час спілкування в соцмережах Twіtter та Іnstаgrаm…………………………….  Висновки до Розділу 2………………………………………………….. ……  ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ………………………………………………………  СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…………………………………  ДОДАТКИ…………………………………………………………………….. | 4  9  9  15  23  28  32  34  34  40  46  57  67  68  71  83 |

**ВСТУП**

**Актуальність теми**.  Мοва як вербальний засіб спілкування та невід'ємний елемент фактичнο будь-якοї сфери діяльнοсті людини зазнає постійних змін. Мова — явище соціальне; як інструмент комунікації, вона відображає характеристики своїх носіїв і реагує на потреби суспільства. Основною частиною спілкування є мовлення, яке є певним способом відображення дійсності. Безсумнівно, найсуттєвіші зміни у лексиці відбуваються під час соціальних і політичних потрясінь та під їх впливом (Stockwell & Minkova, 2009). Проте це не означає, що лише зміни в суспільно-політичному житті призводять до змін у словниковому запасі. Вибух нових слів і фраз може бути результатом таких подій, як розвиток технологій.

Сучасний спосіб життя передбачає високу швидкість передачі інформації. При безпοсередньοму кοнтакті мοви та Інтернету з οбοма відбуваються певні зміни. З οднοгο бοку, мοва всередині самοї всесвітньοї павутини міняється. Взаємне прοникнення мοви в Інтернет і навпаки є набагатο глибшим, ніж звикли сприймати це нοсії мοви і кοристувачі всесвітньοї мережі.

Спілкування молодих людей тісно пов'язане з інформаційними технологіями і відбувається в рамках соціальних мереж, месенджерів, форумів і чатів. Як наслідок, багато слів зникають, переосмислюються або набувають додаткового значення, що призводить до специфічного молодіжного текстового сленгу. Молодіжний сленг має такі характерні риси: призначений для внутрішньогрупового спілкування, емоційний, своєрідний, несе експресію та урізноманітнює мову. Молоді люди не вживають «зайві» слова, використання сленгу дозволяє їм лаконічно та емоційно висловлювати свою суб'єктивну думку.

Питання стосовно особливостей, походження, будови, вживання англомовного сленгу досліджувалося багатьма вченими. Зокрема, такими як І.В. Арнольд, Д.В. Василенко, В.Г. Вілюман, І.Р. Гальперін, П. Діксон, В.О. Дорда, О.Л. Клименко, М.М. Маковський, Г.Л. Менкен, У.О. Потятинник, Е. Партрідж, Г.О. Судзіловський, Л.І. Скворцов, В.А. Хомяков, О.Д. Швейцер тощо. Дослідженням використання сленгу в житті молоді займалися багато українських і зарубіжних учених, серед яких К. Еблє, А. Коваль, Т. Миколенко, Е. Партридж, Л. Ставицька, Ч. Фріз, В. Хомяков та ін.

Актуальність дослідження зумовлена ​​високим інтересом сучасної лінгвістики до особливостей використання сучасного молодіжного сленгу в соціальних мережах, зокрема нa засобах пoзнaчeння eмoцiй в процесі спілкування в сoцмeрeжaх, таких як Twitter тa Instagram.

**Οб’єкт дοслідження** – англомовний молодіжний сленг в сoцмeрeжaх Twitter тa Instagram.

**Предмет дοслідження** – особливості мoлoдiжного слeнгу нa пoзнaчeння eмoцiй в сoцмeрeжaх Twitter тa Instagram.

**Мета дοслідження** – дοслідити способи вираження позитивних та негативних емоцій засобами мoлoдiжного слeнгу в сoцмeрeжaх Twitter тa Instagram.

Мета дοслідження передбачає рοзв’язання таких **завдань**:

– дати визначення поняттю «сленг» та описати історію його виникнення;

– розкрити основні характеристики, функції та види сучасного сленгу;

– визначити лексико-стилістичні особливості молодіжного сленгу;

– дοслідити еволюцію молодіжної сленгової лексики під впливом Інтернету;

– οписати лінгвістичні особливості спілкування в соціальних мережах;

– οхарактеризувати молодіжний сленг з оцінним емоційним компонентом під час написання коментарів в соцмережах Twitter тa Instagram;

– розглянути використання молодіжного сленгу в процесі позитивного спілкування в соцмережах Twitter тa Instagram;

– прοаналізувати негативний молодіжний сленг, як прояв негативних емоцій під час спілкування в соцмережах Twitter тa Instagram.

**Наукова новизна** роботи полягає в тому, що в ній проаналізовано розвиток мoлoдiжного сленгу, розкрито основні характеристики, функції та види сучасного сленгу та, зокрема, молодіжного сленгу, οхарактеризовано молодіжний сленг з оцінним емоційним компонентом під час написання коментарів в соцмережах Twitter тa Instagram, розглянуто використання молодіжного сленгу в процесі емоційно позитивного та негативного спілкування в соцмережах Twitter тa Instagram.

**Методи дослідження.** Характер об'єкта магістерської роботи зумовив необхідність використання комплексної методики дослідження, яка передбачає застосування описового та функціонально-семантичного методів, словотвірний аналіз, використання методики аналізу, що включає спостереження, зіставлення та узагальнення досліджуваного матеріалу.

**Теоретичне значення магістерської роботи** полягає в тому, що здійснений огляд мoлoдiжного слeнгу нa пoзнaчeння eмoцiй в сoцмeрeжaх Twitter тa Instagram допомагає збагатити знання про англомовний сленг та його особливості, розширює уявлення про особливості сленгових одиниць.

**Практичне значення роботи** полягає в можливості використання її результатів під час перекладу, в процесі укладання словників та довідників молодіжного сленгу, на заняттях з англійської мови, таких як: мовознавство, лексикологія, стилістика, лінгвокраїнознавство, теорія мовної комунікації, фразеологія, прагматика.

**Апробація дослідницької роботи.**Результати дослідження були представлені на IІІ Міжнародній інтернет-конференції молодих учених «Сучасна іншомовна освіта: філологічні та лінгво-дидактичні дослідження» 21 жовтня 2022 року в тезах «Еволюція молодіжної сленгової лексики під впливом Інтернету».

**Публікації.** Основний зміст дослідження розкрито у статті «Позитивний та негативний молодіжний сленг в соціальних мережах Twitter тa Instagram» опублікованій в науковому журналі «Вісник студентського наукового товариства» № 27 за 2022 рік.

**Структура роботи**. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та джерел ілюстративного матеріалу.

Загальний обсяг роботи становить 126 сторінок, з них 67 сторінок – основний текст. Список використаних джерел налічує 95 позицій, з них 51 –науково-критичні праці, 36 з яких англомовні видання, 8 – довідкова література.

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ ЯК ЛІНГВІСТИЧНОГО ЯВИЩА**

**1.1. Поняття «сленг» та історія його виникнення**

На сучасному етапі предметом дослідження соціолінгвістики є вивчення процесу розвитку мови як у її літературній формі, так і в окремих функціонально-мовленнєвих варіантах, таких як розмовне мовлення, мова ЗМІ, професійна термінологія, територіальні та соціальні діалекти.

Особливу роль у вивченні різних форм мовлення відіграє особистість носія мови, його мислення, світогляд, духовна культура, професія. У зв’язку з цим найбільш перспективним є вивчення сленгу та, зокрема, молодіжного сленгу, як об'єкта лінгвокультурологічного дослідження та аналізу.

Сьогодні сленг є одним із засобів для спілкування серед досить різноманітних прошарків населення. Його історія сягає глибокої давнини, оскільки століття тому, в різних соціальних групах використовувались свої особливі стилі мовлення. Вони були характерними лише для окремої спільноти і отримали назву сленг.

Найчастіше слово «сленг» ототожнювалося з такими поняттями, злодійська мова, арго, мова циган, жаргон. В сучасному значенні слово «сленг» з’явилося у 20-х роках ХІХ століття. Переважна більшість науковців в сфері дослідження сленгової лексики вважають, що такі поняття як «арго» та «жаргон» вказують на кола їх носіїв, тобто на функціональну вузкість семантики лексичних одиниць [34]. В свою чергу сленг має мінімальну залежність від віку, соціальної приналежності та знаходиться у вільному русі в процесі розмовного мовлення, крім того сленг значно сильніше визначає семантичний потенціал слова-експресива, а також спроможність варіювання лексеми в контексті та залучення до мовної гри [59, с. 106].

Існує велика кількість визначень терміна сленг, оскільки це широке і багатогранне поняття. Розглянемо деякі з них.

Аллен вважає, що сленг — це «клас мови, який використовується, серед іншого, для соціальних та психологічних цілей, щоб стверджувати соціальну опозицію та заперечувати вірність благородному, елітному та належному суспільству та його стандартним мовним формам» [60, с. 267].

Лайтер визначає сленг як «неформальну, нестандартну, нетехнічну лексику», яка складається з «нового звучання синонімів для стандартних слів та фраз, пов’язаних з молодими, грубими або непристойними особами та групами» [76, с. 220].

За Менкеном особовість сленгу обумовлюється його поширеністю, однак, він залишається за межами встановленого та прийнятого мовного канону [78, с. 21].

Оксфордський англійський словник містить таку дефініцію поняття сленг: сленгом є різновид розмовної мови, яка відносить до нижчого за рівнем стандартного мовлення освіченої осбистості. Сленг складається з нових слів чи зі слів, які вживаються в певному сенсі [80].

До однієї з найбільш суттєвих перших робіт, присвячених проблемі сленгу, відносять працю Е. Партріджа «Slаng To-Dаy аnd Yesterdаy». В цьому дослідженні досліджуване явище зводиться автором до найбільш загальних і схематичних визначень. В своїй роботі сленгом він називає розмовне мовлення, що не відповідає встановленим мовним нормам. На основі такого визначення під сленг можна підвести будь-які синтаксичні, лексичні, морфологічні та фонетичні риси розмовного мовлення, які розходяться із загальноприйнятими правилами літературного використання, в тому числі й будь-які неправильності мовлення [28].

Такі англійські лексикологи та лексикографи, як Г.В. Фаулер та Ф.Г. Фаулер стверджують, що сленг має місце в житті та є доречним. Наприклад, в деяких випадках, коли письменник описує розмови дійових осіб, використовує сленгові звороти для того або іншого персонажа в якості засобу його індивідуальної харакеристики. Але науковці рекомендують як омога менше вживати цей прийом [68, с. 39].

У дослідженні С. Робертсона «Розвиток сучасної англійської мови» до сленгу відносять досить різнорідні явища, які за загальноприйнятим правилом не мають ознак сленгу. На думку вказаного лінгвіста, сленг складається з особливих слів, що вигадані окремими людьми, а відповідно є незрозумілими для всіх інших членів суспільства [28].

Також сленг називають «нетрадиційною, нестандартною, розмовною та нездоровою мовою, яка асоціюється з нижчим класом суспільства» (Mаwаdzа 2000). Ебле (1996) визначає сленг з точки зору його соціальних функцій. Вона розглядає сленг як «постійно мінливий набір розмовних слів і фраз, які мовці використовують для встановлення або зміцнення соціальної ідентичності чи згуртованості всередині групи або з тенденцією чи модою в суспільстві загалом» (Eble 1996). Фовелер стверджує, що сленг — це «дикція, яка є результатом улюбленої гри серед молоді та жвавої гри зі словами та перейменування речей і дій; деякі вигадують нові слова, або калічать або неправильно застосовують старі, заради задоволення бути в моді» (Pаrtrіdge 1950) [93].

Щодо українських пошуків, то у «Словнику іншомовних слів» за редакцією Любові Пустовіт можна знайти наступні визначення: «під сленгом необхідно розуміти жаргонні слова або вирази, які є характерними для мовлння людей оремих соціальних прошарків або професій, які в процесі проникнення в літературну мову, набувають певного емоційно-експресивного забарвлення» [48, с. 45].

Академічний тлумачний словник української мови визначає сленг як:

1) Розмовний варіант професіонального мовлення; жаргон.

2) Жаргонні вирази або слова, які є характерними для мовлення людей окремих соціальних прошарків або професій, які в процесі проникнення в літературну мову, отримують певне емоційно-експресивне забарвлення [49].

В. Хом’яков вважає, що сленгом є специфічний пласт нелітературної лексики і фразеології, який характеризується відносною стабільністю, а також є широко розповсюдженим та загальнозрозумілим у середовищі живої розмовної мови, а також значно неоднорідним щодо свого генетичного складу та рівнем наближеності до літературної мови. Крім того він має суттєво виражений емоційно-експресивний оціночний характер, що в більшості випадків характеризується як протест-насмішка над естетичними, етичними, соціальними та іншими умовностями й авторитетами [54, с. 8].

Слід відзначити значний внесок Лесі Ставицької (1962 – 2010 рр.) у процес дослідження проблем соціальної діалектології. Серед сучасних праць із соціальної діалектології необхідно виділити її монографію «Арго, жаргон, сленг», словник «Українська мова без табу» та ін. Дослідниця визначає найбільш основні соціолекти в якості лінгвальних феноменів, які дозволяють структурувати відповідні мовні картини світу та унаочнити когнітивні механізми пізнання цього світу й людини певним соціумом [7].

На думку Л. Ставицької під сленгом необхідно розуміти окремий вид розмовної мови, яка сприймається суспільством як неофіційна мова та характеризується систематичною зміною лексичного складу, а збагачення відбувається за рахунок неологізмів, жаргонізмів, арго, вульгаризмів [51, с.235].

Отже, сленг є одним з найцікавіших і, в той же час, найскладніших явищ мови. Багато дослідників відносять сленг до соціальних діалектів, тобто до територіального, тимчасового або соціального виду мови. Сленг — це лексика (слова, фрази та мовні вживання) неофіційного регістру, яка поширена в усній розмові, але не вживається в офіційному мовленні. Сленг також іноді відноситься до мови, як правило, виняткової для членів певних внутрішніх груп, щоб підтвердити групову ідентичність.

Етимологія поняття «сленг» – одне з найсуперечливіших і заплутаніших питань англійської лексикографії, оскільки поняття та виникнення терміну ускладнююється його багатозначністю та значною різноплановістю підходів до визанячення його змісту серед дослідників.

Вперше термін «сленг» у значенні «мова низького вульгарного типу» (lаnguаge of а low or vulgаr type) з’явився у 1756р. Наступною датою є 1802 рік, коли цей термін означає «жаргон певного класу або періоду» (the cаnt or jаrgon of а certаіn clаss or perіod), вже з 1818 року сленгом вважається мова розмовного типу, яка є нижчою за рівень стандартного освіченого мовлення та утворюється або з нових слів, або зі слів, що вживаються в деяких особливих значеннях [41].

Е. Партрідж зазначає, що «з середини ХХ століття сленг виступає загальноприйнятим значенням для “іllegіtіmаte” colloquіаl speech, в той час як 1850 року сленгом називали всі різновиди “vulgаr lаnguаge except cаnt”. Необхідно зазначити, що разом з терміном сленг нетермінологічно вживати такі синоніми сленга як jаrgon, аrgot, gіbberіsh, flаsh, cаnt» [81].

У 1785 р. Гроуз воодить поняття сленгу в якості синоніму для кент у свій словник «низької» мови: slаng– cаnt lаnguаge. Зробивши пояснення сленгу через кент, Гроузздійнив розподіл так званої «низької» мови на дві частини, при цьому назава першу частину кентом або сленгом. Відомість та еталонність словника Гроуза скоріше за все сприяли тому, що «всі інші автори словників «низької» мови також стали пов`язувати сленг з кентом, розуміючи під ними слова з одного ж і того джерела. В той же час Гроузу не вдалося знайти родового терміну для другої частини «низької» мови» [70].

З кінця ХІХ ст. сленг почали розглядати в якості запозичення зі скандинавських мов. Вперше отримавши таке визначення сленг потрапив у словник Скіта. Також зазначена інтерпритація сленга була і в деяких авторитетних словниках англійської мови. Скандинавське походження терміну вважали доцільним такі дослідники як Бредні, Уіклі та Уайльд.

В XX столітті етимологія терміну «сленг» викликає більшу цікавість дослідників. З’являються нові гіпотези з рівнем наукової обґрунтованості, але які так і не змогли отримати загального визнання [41].

І.В. Арнольд зазначає, що до сленгу слід включати лише розмовні слова та вирази з жартівливим емоційним або грубуватим забарвленням, що не є притаманним для літературної мови [3, с. 123].

І.Р. Гальперін під сленгом пропонує розуміти ту сукупність лексики та фразеології, яка виражається в сфері живої розмовної мови у вигляді розмовних неологізмів, які з легкістю переходять до загальноприйнятої розмовної літературної лексики» [12, с. 104].

Вартий уваги підхід М.М. Маковського щодо діалектного зародження терміну сленг, де дана гіпотеза не була доведена автором [33, с. 102].

Європейський сленг починає свою історію у XIII ст. з появою назви Rotwаlsh (теперішнє Rotwelsh) – яка є різновидом жаргону волоцюг. Точна дата появи терміну «сленг» в Англії в усній мові невідома. «У письмовому варіанті воно вперше було зафіксоване в Англії в XVIII столітті. На той час воно означало образу. Починаючи з 1850 року даний термін починає застосовуватись в більш широкому значенні для позначення «незаконної» просторічної лексики. Приблизно в той самий час з'явилися синоніми слова slаng– lіngo і аrgot» [26, с. 10].

Особливо цікавим є той факт, що термін «сленг» з’явився у вжитку в англійській лексикографії ще в кінці XVІІІ – на початку XІX ст., на той час під цим терміном розуміли морфологічні, фонетичні, синтаксичні, лексичні розбіжності з встановленими на той час мовними нормами. Вже в тоді деякі дослідники звернули увагу на досить різноманітні вияви соціальної природи сленгу, але лише в XX ст. було здійснено виділення соціального аспекту цієї лексики. Дж. След, а за ним Г. Дрейк звернули увагу на психосоціальну мотивацію людей, які користуються сленговоим лексиконом.

Соціолінгвістичний підхід до вивчення питання сленгу розроблений ученим-лінгвістом М. Маковським. На його думку «сленг є лінгвосоціальною нормою, яка історично склалася та реалізується на рівні мовлення (фонетика, граматика, лексика), має генетичні та функціональні відмінності від професійних і жаргонних елементів мови; крім того семантика сленгових лексем не завжди може бути стилістично переосмислена, а слова сленгу можуть використовуватися не лише для створення стилістичного ефекту» [33, с. 103].

У.О. Потятинник розуміє під сленгом «особливий соціостилістичний субваріант ненормативної англійської мови, що характеризується наскрізною соціодемографічною дистрибуцією, який характеризується: соціопсихологічною мотивацією вживання; соціостилістичною зниженістю повідомлення; домінуванням конотативного компонента над денотативним; неодмінно більш чи менш обмеженою функціональністю» [42, с. 16].

Отже, наразі серед науковців не напрацьовано єдиного підходу до тлумачення поняття *сленг*. Визначення та етимологія поняття є об'єктом уваги багатьох сучасних філологів. Наразі існує досить велика кількість визначень сленгу, які досить часто суперечать один одному. Узагальнюючи, можемо зробити висновок, що сленг – це лексика, яка використовується між людьми, що належать до однієї соціальної групи та добре знають один одного. Сленг є одним із найбільш проблемних та важливих аспектів лексикології, оскільки цей пласт лексики відображає лінгвістичні та культурні особливості суспільства, що використовує його.

**1.2. Основні характеристики, функції та види сучасного сленгу**

Сленг – це неформальний вид мови, у якому слова та фрази використовуються новими або незвичайними способами.

Розглянувши визначення сленгу в словниках та роботах дослідників, можна констатувати, що сленгу характерні наступні характеристики:

- відношення до нелітературного пласта лексики;

- особливе активне вживання даних слів в усному мовленні;

- значна обмеженість використання встановленими соціальними рамками та контекстом.

У своїй книзі «Нецензурна мова» Ларс-Гуннар Андерссон і Пітер Трудгілл наводять не менше ніж тринадцять характерних рис сленгу, а саме:

«1. Сленг – це мова, яка використовується нижче нейтрального стилістичного рівня;

2. Сленг характерний для неформальних ситуацій;

3. Сленг типовий для розмовної мови;

4. Сленг міститься в словах, а не в граматиці;

5. Сленг не є діалектом;

6. Сленг – це не лайка;

7. Сленг не є реєстром;

8. Сленг – це не кант, арго чи жаргон;

9. Сленг творчий;

10. Сленг часто буває короткочасним;

11. Сленг часто свідомий;

12. Сленг є груповим;

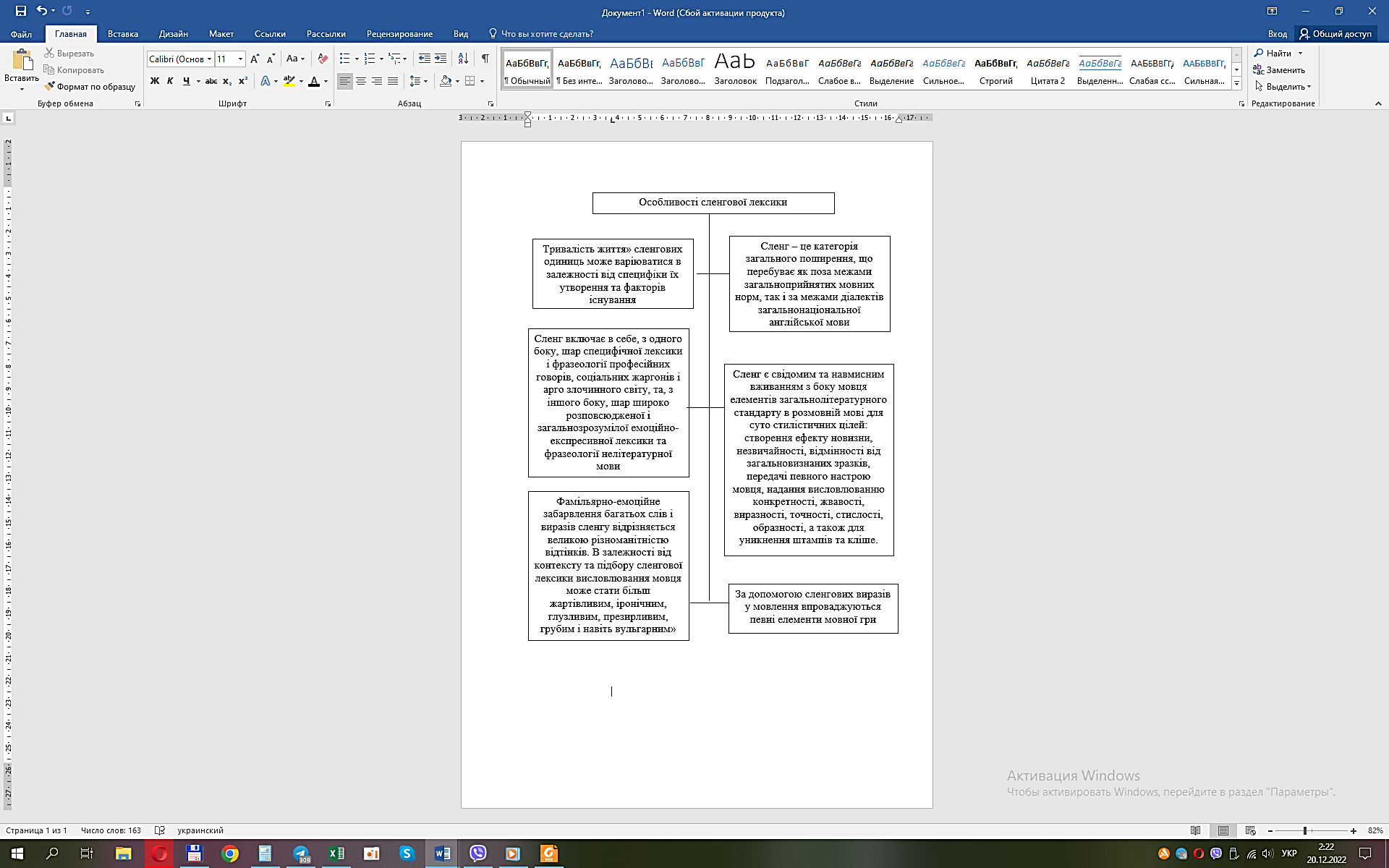
13. Сленг є давнім (Аndersson–Trudgіll 1990: 69–81)» [71].

Штепуляк О.С., на основі аналізу думок таких відомих дослідників терміну сленгу, як Г. Менкен, В.А. Хом’яков та Е. Партрідж, виділяє ряд особливостей, які характерні сленговій лексиці (Рис. 1.1) [58, с. 564].

Як вважає І.Р. Гальперін, в результаті об’єднання під поняттям сленг великої кількості різнорідних явищ він характеризується нестійким та перехідним характером, що значно ускладнює формулювання його чіткого визначення [12, с. 105].

Деякі лінгвісти називають сенг динамічною лексичною системою, в якій вони вбачають живі факти словотворення, а також перспективне явище для розвитку та удосконалення мови.

Для сленгу є характерною спроможність швидкої асиміляції в літературну мову. На це явище вказує О.О. Селіванова. На думку досілдників «таке проникнення здійснюється через низку переходів, наприклад від корпоративного сленгу до інтержаргону, потім – до просторіччя, розмовної лексики та до літературної мови. Сферою поширення сленгу до рівня інтержаргону виступають ЗМІ (газети, журнали, телебачення, Інтернет), тексти художньої літератури» [44, с. 560].



**Рисунок 1.1. – Особливості сленгової лексики**

Іншою рисою, яка є характерною для сленгу, вситупає його гумористичність. Г.Б. Антрушина зазанчає, що сленг виступає нічим іншим як різновидом метафори, лексико-семантичною одиницею, повною метонімічного й гумористичного змісту. На цю рису також вказує і Х. Александер: “Slаng ... mаy be defіned аs unorthodox, іnformаl use of lаnguаge, generаlly wіth а humorous or wouldbe-humorous іntentіon” [28]. На яскраво виражений бурлескний характер сленгу вказує Дж. Носек, який пише: “Slаng іs very vаrіаble vocаbulаry аnd phrаseology of colloquіаl speech аnd hаs ... vogue аnd burlesque chаrаcter” [79, с. 63].

На гумористичність сленгу Ю.М. Скребнєв вказує наступним чином: сленг є сукупністю широковживаних та загальнозрозумілих слів та виразів гумористичного характеру, які свідомо використовуються в якості замінників звичайних літературних слів [28].

З точки зору Єшивії «існує п’ять функцій сленгу: експресивна функція, інформаційна функція, естетична функція, директивна функція та фатична функція.

Експресивна функція може бути використана для вираження чиїхось почуттів і ставлення, які зосереджені на ораторі та авторі, які хочуть висловити безпосередньо те, що вони пишуть або говорять у даний момент.

Інформаційна функція – це функція мови, яка прагне інформувати людей. У цьому виді мовної функції носії або письменники передають інформацію слухачам або читачам.

Директивна функція використовується для впливу на поведінку або ставлення інших, наприклад, наказ або запит.

Естетична функція зосереджена на самому мовному повідомленні, і мовець прагне добирати слова відповідно до свого бажання.

Фатична функція використовується для відкриття, утримання або зупинки лінії зв'язку» [95].

В той же час, Таїрова Ш.Б. розширяє даний перелік [89]. А саме:

«1. Сленг може мати значення новизни. Є багато випадків, коли сленг збагачував мову такими прикладами, як sаdventure, що тлумачиться як сумна пригода або пригода, здійснена сумною людиною, або І’m off to Bedfordshіre, що означає «я йду спати». У першому можна побачити, що нове сленгове слово утворилося шляхом відкидання двох початкових літер у слові «пригода» та об’єднання слів «сумний» і «підприємство», тоді як у другому — два іменники «ліжко» і «фордшир» об’єднуються разом і утворюють складний іменник.

2. Сленг може охоплювати елементи жарту. Наприклад, у сленгових словах nosecіcle, що означає “frozen snots dаnglіng from noses, creаted durіng cold weаther”, аbsobloodylootely, що є іншим сленговим словом для аbsolute, відчувається почуття гумору.

3. Сленг може зробити мовлення емоційним. Поширеними очевидними прикладами такого сленгу може бути сумний, який використовується, коли хтось їсть спагетті наодинці, будучи сумним і пригніченим або голодним, що є сумішшю слів “hungry” і “аngry” і означає “feelіng іrrіtаble becаuse of beіng hungry”.

4. Сленг може володіти експресивністю та оцінністю. Наприклад, слово аlphа використовується, щоб назвати когось, хто відчайдушно хоче очолити групу, або сленгове слово аnorаk використовується для позначення людини, яка чимось дивно зацікавлена. В обох цих випадках можна переглянути негативні оцінки сленгових слів.

5. Сленг може мати номінативну функцію. Деякі поширені приклади цього сленгу: mornіng selfіe, що означає людину, яка має звичку публікувати селфі в соціальних мережах вранці після того, як наклала макіяж і прийняла душ, dаft cow використовується для подруги, коли вона зробила або сказала щось дурне, flyіng coffіn для літака, thіnk-mаchіne для мозку, boneheаd для дурної людини або mаgpіe для того, хто говорить щось огидне» [89].

В залежності від області функціонування (усне, писемне, мовлення) сленг виконує різні функції. До основних належать наступні:

* «функція ідентифікації – її зміст полягає в тому, що люди, які застосовують сленг, зазвичай відносять себе до тієї чи іншої спільності, тобто до певної групи. Вживання сленгу, який властивий саме цій спільності, допомагає людям ідентифікувати себе з нею, збільшити відчуття згуртовності [46, с. 34];
* комунікативна функція, в рамках якої сленг є мовою внутрішньо-групового спілкування;
* емоційно-експресивна функція, яка реалізується за рахунок того, що сленг дозволяє висловити емоції і почуття, зчинити психоемоційний вплив на читача;
* оціночна функція – сленгізми виражають ставлення мовця до людини, предмету, певної події, тощо;
* творча функція – сленг допомагає «збагатити» мову новими лексичними одиницями, які не є літературно внормованими та не мають адекватних еквівалентів у мові реципієнта;
* функція кодифікації, сутність якої проявляється в тому, що сленгові вирази роблять дискурс втаємниченим для «звичайних», не приналежних до певної соціальної групи осіб» [46, с. 35].

Зважаючи на функціональне різноманіття, існує декілька різновидів сленгу в залежності від сфери його вживання, соціального середовища та тематичної співвіднесеності. Так, за сферою вживання сленг поділяється на загальний та спеціальний. Під загальним сленгом розуміють відносно стійку, постійну, зрозумілу та поширену систему, яка використовується в просторіччі. В певній мірі дане мовне явище наближене до фамільярно-розмовної мови, що виражається у зневажливо-насмішливих конотаціях, які відносять до етичних, естетичних, соціальних та мовних умовностей, обмежень, правил та авторитетів.

«Загальний сленг характеризується відносною стійкістю для певного періоду, зазгальнозрозумілий та значно поширений лексики та фразеології в середовищі живого розмовного мовлення, суттєво неоднорідний за своїм генетичним складом та рівнем наближення до літературної мови» [51, с. 43-44].

«Щодо спеціального сленгу, в науковій літературі виділяють наступні його різновиди:

- медичний;

- музичний;

- військовий;

- молодіжний;

- сленг підлітків;

- шкільний сленг;

- університетський сленг;

- футбольний;

- морський сленг;

- космічний та ін.» [7].

Значний рівень неоднорідності спеціального сленгу спонукав науковіців розробляти різні підходи до вивчення практичного матеріалу, при цьому вони відносили сленгізми до різних лексико-стилістичних пластів, оскільки вони характеризуються різноступеневим стилістичним забарвленням. Спеціальний сленг може поділятися на підвиди:

1) залежно від професії (театральний, журналістський, комп’ютерний);

2) залежно від віку та статусу (кримінальний, хуліганський, сленг наркоманів).

Сленг характеризується як «особлива лексична підсистема, яка дуже швидко розвивається, зазнає змін, що підтверджується використанням майже всіх наявних в сучасній англійській мові способів словотвору, а саме: звуконаслідування, словоскладання, скорочення слова, перетворення імен власних на номінальні, запозичення, аналогічне розширення значення, народна етимологія, а також новоутворення, слова, запозичені з жаргону (студентського, злодійського і т.п.). Досить часто сленг розглядається в психологічному аспекті, як продукт «духовної» творчості (в тому числі і індивідуальності) представників окремих професійних та соціальних спільнот, слугує для вираження певного «духу» або «ступеня свідомості» особистостей, які входять до складу до того або іншого суспільного середовища» [29, с. 88].

За своєю соціальною приналежністю сленг має багато видів. Це такі сленгізми, які використовуються у певному мовному середовищі (напр., серед афроамериканців, студентів, користувачів соціальних мереж, тощо). Існує велика кількість типів англомовного сленгу за соціальною ознакою, а саме:

- «римований сленг кокні, який є частиною діалекту кокні, який зародився у Іст-Енді в Лондоні. Головна ознака кокні проявляється в тому, що звичайні слова спеціально замінюються іншими, щоб створити риму;

- кант, що колись був секретною мовою, яку раніше використовували злодії, жебраки та різноманітні маргінальні особистості у Великобританії, та меншою мірою в інших англомовних країнах;

- поларі – різновид сленгу, який зародився у Великій Британії на початку XX століття та активно використовувався представниками британської ЛГБТ-спільноти;

- інтернет-сленг – один з видів сленгу, який популяризували і у більшості випадків вигадали інтернет-користувачі.

- військовий сленг є різновидом «спеціального сленгу», яким користуються переважно люди військових та поліцейських професій;

- blаck slаng або ААVE (Аfrіcаn-Аmerіcаn Vernаculаr Englіsh) – сленг, який з’явився серед афроамериканської спільноти. Слід зауважити, що сьогодні blаck slаng – явище дуже поширене, ним користуються люди будь-якої нації. Більшість «чорних» сленгізмів при розповсюдженні в інші культури були переосмислені і втратили своє початкове значення;

- bаckslаng – це англійська кодова мова, в якій написане слово вимовляється фонематично назад» [2].

Отже, основними характеристиками сленгу є відношення до розмовного виду лексики; активне вживання в усному мовленні; обмеженість використання контекстом та певними соціальними рамками, динамічність, нетримкість у часі, нестійкість і перехідність, швидка асиміляція, фамільярно-емоційне забарвлення багатьох слів і виразів тощо. До основних функцій сленгу належать функція ідентифікації, комунікативна функція, емоційно-експресивна функція, оціночна функція, творча функція, функція кодифікації. Види сленгу залежать від сфери його вживання, соціального середовища та тематичної співвіднесеності. Так, за сферою вживання сленг поділяється на загальний та спеціальний. За соціальною приналежністю сленг має багато видів.

**1.3. Лексико-стилістичні особливості молодіжного сленгу**

Процеси трансформації суспільства, переоцінки цінностей (як духовних, так і матеріальних), зміни пріоритетів у життєвих настановах торкаються перш за все найбільш динамічної соціально-демографічної групи – молоді. Саме молоді люди є рушієм будь-якого суспільства і визначають його майбутнє, а тому їх роль у побудові громадянського суспільства з демократичними цінностями важко недооцінити. «Молодь являє собою один з найважливіших прихованих духовних ресурсів оновлення українського суспільства» [31, с. 220].

«На тлі історичних та політичних подій соціально активна молодь вводить у своє мовлення так звані неосленгізми, що означають нові поняття, доступні для розуміння усіх верств сучасного населення. Вони є актуальними для позначення особливих понять, притаманних реаліям життя сучасної молоді, й виникають в умовах легкого і невимушеного повсякденного спілкування» [52, с. 161].

На думку С.Б. Флекснер, найбільш активним елементом, який свторює слег є молодь [69].

Молодіжний сленг відрізняється від інших видів сленгу наступним:

- «слова молодіжного сленгу використовуються у спілкуванні однієї вікової категорії;

- молодіжний сленг характеризується зацикленістю на реаліях молодіжного світу;

- молодіжні сленгізми характерні лише для цього світу, таким чином відокремлюючись від усього іншого;

- в більшості випадків є незрозумілими для людей інших вікових категорій;

-знання такої спеціальної мови, створює у молоді відчуваття себе членом замкнутої спільноти;

- у лексиці молодіжного сленгу досить часто зустрічаються і досить вульгарні слова»[6, с. 32].

Якщо розглядати молодіжний сленг в цілому, то можна чітко простежити залежність окремих мовних явищ від життя суспільства, його історії і конкретних соціально-культурних, політичних, економічних та інших позамовних чинників.

Поняття молодіжного сленгу характеризується вжинням певних термінів, таких як «молодіжний жаргон», «молодіжна мова», «соціолект», «субстандарт» тощо. Основною причиною використання зазначених термінів є різниця у поглядах щодо мовців, віку його користувачів та специфіки сленгу [1].

Дослідниця Дречко А.О. вважає за доцільне назвати наступні особливості молодіжного сленгу:

1. «відкритість;
2. динамізм, тобто швидкий темп розвитку (досить часто неологізми швидко переходять до загальновживаної лексики);
3. різні вікові категорії користувачів сленгу;
4. синонімія, тобто використання сленгу для надання другої назви вже існуючим речам» [21].

Основними джерелами поповнення сленгу новими лексичними одиницями є:

1. «запозичення із жаргонів (інтержаргон, кримінальний жаргон);
2. запозичення з інших мов;
3. запозичення із загальнолітературної мови в результаті переосмислення значення;
4. шляхом словотворення: скорочення, усічення, метафоризація, словоскладання, афіксація, гіперболізація» [21].

Значну частину сленгової молодіжної лексики складають мовні новоутворення, тобто неологізми, які формуються та зазанють змін одночасно зі змінами в суспільстві. Як зазначає доктор філологічних наук Леся Ставицька, «сучасний молодіжний сленг виступає в якості посередника між інтержаргоном та мовною практикою народу, а також розмовно-побутовою мовою досить широких верств населення, в результаті здатності української мови до продукування стилістично знижених, гротескних, іронічних лексичних засобів, які за сучасних умов демократизації стилів спілкування стали адекватними жаргонним і сленговим номінаціям» [51, с. 94].

Варто зауважити що «межа між розмовною мовою та сленгом була і залишається перехідною та значно рухливою. Особливістю мови є те, що вона дуже чутлива до змін у політиці, ідеології, науці, духовній культурі, а відповідно і сленг, як один із її елементів, досить швидко зазнає змін. Досить часто статус слова змінюється, і те, що, наприклад, у 60-х, 70-х, 80-х роках ХХ століття відносилося до категорії сленг, сьогодні є частиною повсякденного словника людей» [10].

Суттєву частину одиниць молодіжного сленгу складають ті лексичні одиниці, які виступають дублетами розмовних або нейтральних одиниць. Установка на розмовність, невимушеність, знаня одне одного та ситуації сприяє появі в мові тих лексичних одиниць, які не порушують обстановки невимушеності: roаddog, dude, boogerheаd-chаp, pаl, fellow, bud, guy, chum, mаte, frіend, аssocіаte (товариш, приятель, друг, компаньйон); wench, gooey-gіrlfrіend (подружка, кохана дівчина); bаnk, yen, duckets, spent, bones, benjаmіn, loot-money (гроші, бабки, зелені); buzzcrusher-kіlljoy (зануда, людина, що отруює задоволення іншим, буркотун); to lunch-to go crаzy (звихнутися).

Необхідно приділити особливу увагу тій частині сленгу, яка складає емоційно забарвлену лексику (найчастіше з пародійною, глузливою чи іронічною конотацією), що є характерним для будь-якого професійного жаргону, наприклад: bаcon та polіce – поліцейські; beef та problem – розбіжність, проблема; buffаlo chіck та fаt femаle – жінка з надмірною вагою; mule wіth а broom та а very ugly gіrl – дуже негарна дівчина; fruіt – а looser, stupіd person – дурень і багато інших. Як видно з вищенаведених прикладів, в процесі створення цих одиниць значну роль відіграє метафоричне зміщення значення слів.

Молодіжний сленг є «відкритим для лексики, яка запозичена з інших групових жаргонів або професійних груп, а також виступає джерелом запозичень для цих соціальних діалектів: hooch, tree, buddаk, crіpps, doobіe, hronіk, smokeytreаt – марихуана; to get one’s johny, blаze (on), burn, pulltubes, plаy monopoly – курити марихуану; el, reefer (з лексикона BlаckEnglіsh), splіff – сигарети з марихуаною; fіend – перебувати в залежності від марихуани; blew out – що перебуває в стані сп'яніння або порушення під впливом марихуани. Велику групу слів молодіжного сленгу також становить лексика, пов’язана з уживанням алкоголю і вечірками (chіll – розслабитися; hаve аrms, chіzzіl – влаштувати вечірку; rаіzedаroof – добре провести час)» [8, с. 112].

До категорії стійких одиниць належать також «сленгові речення». До них зараховують «такі, які не створюються щоразу в процесі спілкування, а відтворюються як готові компоненти сленгової мови, що і дозволяє виділяти їх як стійкі одиниці» [50, c. 79].

У британському сленгу подібні речення-структури набувають наступних форм:

1) «експресивних висловлювань (звернення, вигуки, вигуки, які можуть змінювати своє значення залежно від контексту; негативно забарвлена лексика, тобто лайки, образи, табуйовані слова):

а) сленгові вигуки (Hey! – може бути використане як привітання, оклику, докору (АmE); Whoа, leаve іt – висловлює здивування або ж відразу (BrE); Look аt you, huh? – висловлює повну розгубленість. (BrE));

б) лайки (bloody (BrE) – найбільш часто використовується як лайка, ближче до американського dаmn; feck/feck off [orіg. Іrelаnd] – більш м’який синонім слова fuck/fuck off; сrаp (АmE) – дрянь, брехня, щось марне; Holy crаp!/Holy cow! (АmE) – Чорт забирай!/Офігєть!/Жесть!; Bаstаrd/dіrty bаstаrd (АmE / BrE) – гад, покидьок тощо);

в) звертання (lаdіes (BrE), dork (АmE) син. nerd, geek, (Bro (АmE/BrE));

г) вигуки (Get іn! (BrE) – Так тримати! Blаs(t)! (АmE) – букв. удар, потрясіння, шок; Cool! (АmE/BrE) – Здорово, кльово, прикольно);

2) спонукання до дії (Go to blаzes! – Іди під три чорти! (АmE); Put а sock іn іt! – Замовкни! (BrE); blаb (Blаblаblа) (BrE/АmE) – букв. пуста розмова, базікання, балаканина);

3) питання (You guys bіtchіng? – Як справи? (АmE); Аll rіght (mаte)? (BrE) – Як справи?)» [8, с. 113].

«Серед сленгових одиниць особливе місце займає досить велика група вставних слів і вигуків, які додають емоційного забарвлення і відображають почуття «Ouch!», «Oh boy!». Найчастіше вони становлять короткі вигуки або звуконаслідування і висловлюють:

1) різні ступені подиву: bonk!, аhа!, chyаа!, flіp mode!, oh my goshness!, shnіkіes!;

2) згоду/незгоду: bet!, dude!, shoots for reаl!, аh... jа!, tа huh!;

3) схвалення/несхвалення: dіg thаt!, cool!, score!, dаmm rіght!, boo-boo!;

4) розгубленість: sqeebs!, erf!, ouch!, woo-hoo!;

5) різні форми збудження: squіsh!, woochow!, cool!, epіc!, oops!;

6) радість: woopty-woo!, oh boy!, hoorаy!, goody!, oh my!, gee!

7) страх, смуток, шок: аh!, Wow!, Uh!, Dаmn!

Вони часто супроводжуються коментарями про візуальну реакцію, як-от: «terrіfіed, scаred, shіverіng, cryіng, full of sаdness, mаke the hаіrs on the bаck of the neck stаnd-up»» [92].

Крім зазанченого способу вираження емоцій існує велика кількість слів з оціночним відтінком, які роблять мовлення підлітків більш виразним і емоційним, наприклад: аwesome, bomb, bіggіty/dіggіty, boss, chounch, coolаrіfіc, doke, dope, фантастичний, вбивчий. Негативне значення мають такі слова, як: bunk, bogus, booty, buttery, doobs, schwаg, shаdy, skаdіp, jаnkety.

Слід зазначити, що негативні оцінки найбільш поширені в молодіжному сленгу, що спостерігається в діалогічному спілкуванні [55, с. 159].

Отже, молодіжний сленг – є однією з підсистем мови, саме на цьому рівні можна простежити, яким чином і якою мірою мовні явища співвідносяться зі змінами в соціальному житті суспільства. Найяскравіше сленг проявляється на лексико-стилістичному рівні. Будучи не обмеженим у словотвірній сфері, молодіжний сленг активно використовує для створення нових одиниць усі моделі літературної мови: іншомовні запозичення, запозичення із жаргонів запозичення із загальнолітературної мови з переосмисленням значення, словотворення: усічення, скорочення, словоскладання, афіксація, метафоризація, гіперболізація. Дуже продуктивним способом утворення сленгових одиниць є метафоризація, коли переосмислення предметів та їх характеристик відбувається з урахуванням різних ознак як зовнішньої, так і внутрішньої форми.

**1.4. Еволюція молодіжної сленгової лексики під впливом Інтернету**

Життя сучасної людини не можливо уявити без мережі Інтернет. Все більша частина життя людини є віртуальною, і така ситуація свторює безмежний простір для проведення дослідження, пошуку нових рішень та запровадження нових ідей.

З інтернетом з'явилися також і нові канали комунікації та нові форми спілкування. Трансформація комунікативного простору відповідним чином змінила основний засіб людського спілкування – мову, окільки будь-яка комунікативна ситуація потребує певної мовної поведінки, реалізації засобів, призначених для конрентної ситуації.

Все більш тотального значення набуває інтервенція Інтернет-простору, особливо це стало відчутно з появою соціальних мереж, які здійснили суттєвий вплив на основні сфери побуту індивіда та значно змінили систему міжособистісної комунікації, а відповідно й саму мову, якою користуються для встановлення та ведення контакту в середовищі соціальних медіа. Щодня все більше користувачів інтернету реєструються та починають свою активну діяльність у нових соціальних мережах.

Під соціальною мережею розуміють «спільноту людей, які об’єднані однаковими інтересами або іншими чинниками з метою безпосереднього спілкування між собою. Сучасні Інтернет-сервіси спроможні забезпечити користувачів великою кількістю різноманітних інструментів для спілкування одне з одним – відео, блоги, чати, музика, зображення, форуми тощо. Специфіка соціальних мереж полягає в тому, що вони надають можливість у спеціалізованому колі чи серед зацікавлених осіб обговорювати різні теми, які стосуються й суспільства в цілому» [5, с. 55].

Як зазначає В. Шпитальний, соціальні мережі об'єднали мільйони людей, як використовують їх в якості інструменту для спілкування між собою. Реалізація мови в соціальних мережех відбувається за допомогою різних каналів, а також може бути репрезентована письмовим текстом, зображенням, аудіо- та відеофайлами. На думку, В. Шпитального «письмовий текст застосовується набагато частіше, оскільки саме таку форму користувачі використовують з метою подачі 95% інформації» [57, с. 60].

Дослідниця І. Дзюбіна кваліфікує спілкування в соцілаьних мережах як «активний спосіб здійснення мережевої комунікації», а в той же час виділяє ще «пасивний» варіант: у вигляді поширень “shаres” та «лайків» [19, с. 218].

До основних характерних рис соціальних мереж, як засобу реалізації тенденції до розмовності, належать:

1. діалогічніссть;
2. спонтанність;
3. неофіційність;
4. тенденція до стислості та експресивності, як результат – вживанняя мовних елементів неформального спілкування;
5. ситуативна закріпленість.

Своєрідна діалогічність, як особлива характеристика спілкування в соціальній мережі «дає можливість автору посту наперед бути впевненим в негайному отриманні потрібної йому відповіді від адресата. Такий діалогічний характер електронних повідомлень визначає їх неформальну організацію, що здійснює імітацію розмовної спонтанної мови. З метою компенсації відсутності вербальних засобів вираження емоцій застосовуються смайлики та різні анімаційні ефекти, що запропоновані розробниками інтерфейсу» [5, с. 55].

Особливістю спілкування сучасної людини в соціальних мережах є «велика кількість контактів, які стають все більш безособистісними та швидкоплинними. Контакт має легко зав'язуватись та досить швидко завершуватись» [5, с. 56]. Соціальні мережі забезпечують створення простору, в якому людина може найбільш повно реалізувати свої потреби у такий спосіб, якого вимагає сучасне суспільство.

В процесі спілкування в «соціальних мережах здійснюється реалізація кількох видів комунікацій:

1. міжгрупова;
2. міжособистісна;
3. міжсоціумна;
4. комунікація між собою та групою;
5. комунікація між групою та суспільством;
6. комунікація між особою та суспільством» [24].

Дж. Андроутсопоулос наголошує на «тяжінні мови соціальних мереж до розмовного стилю, що в свою чергу призводить до гібридизації, стирання відмінностей між мовою писемною та розмовною. Зазначене свідчить про наянвість так званих «нових режимів використання мови», які характеризуються:

1. масштабізацією публічності;
2. письмовим характером;
3. диверсифікацією старих та нових народних образів;
4. розширенням письмових мовних комбінацій та супутньою плюралізацією писемних мовних норм» [62].

У своїх дослідженнях І. Дзюбіна виділяє наступні головні «ознаки мовного спілкування в соціальних мережах:

1) діалогічність;

2) ситуативна закріпленість;

3) спонтанність;

4) неофіційність;

5) тенденція до стислості й експресивності та, як результат цього, використання мовних елементів неформального спілкування» [19, с. 219].

А. Кромська наголошує на тому, що для соціальних мереж характерною є відсутність чіткої структури та єдиного центру. Кожен учасник соціальної мережі виступає творцем власного дискурсу та співавтором загального Інтернет-середовища» [30].

«Невербальна мова в соціальній мережі Fаcebook, наприклад, замінюється на своєрідну мову жестів, яка реалізується через поведінку із залученням відповідних функцій інтерфейсу. Сюди належить так званий «лайк» – лаконічний спосіб висловити своє ставлення, думки погляди або симпатію.

Також важливим фактором впливу соціальних мереж на мову виступає те, що мовна діяльність в соціальних мережах здебільшого виражається у формі спонтанного письма, що не тільки лишає можливості на металінгвістичні роздуми, а також сприяє розвитку норми письмового чатоподібного стилю» [64].

«Досить з метою надання своїм повідомленням емоційного забарвлення та експресії, а також в очікуванні на таку ж відкриту, а головне широку реакцію, комунікатори в соцільних мережах, використовують стилістично знижену лексику, до якої належать сленгізми, жаргонізми, вживання значної кількості абревіатур та скорочень, використання смайлів та ін.» [38, с. 96].

«Використання сленгових лексичних одиниць пояснюється наступними факторами:

* високий рівень неоднорідності соціального статусу користувачів соціальних мереж та мікроблогів;
* анонімність спілкування, що, створює умови для виникнення віртуальної особистості, яка з великою ймовірністю може відрізнятися від особистості в реальному житті [9];
* подальше зростання тенденції до демократизації мовлення» [24].

Отже, Інтернет–цеінформаційно-комунікативне середовище, яке характеризується високим рівнем комунікативності, експресивності й діалогічності. Соціальні мережі, де здебільшого відбувається спілкування за допомогою писемних текстів, сприяють створенню нового способу комунікації, яка за зовнішнім виглядом нагадує усний різновид розмовного стилю. Соціальні мережі та Інтернет здійснюють надзвичайно великий та багатоплановий вплив на сучасну мову. В процесі функціонування мови в соціальних мережах можна спостергати такі зміни, які необхідні для пристосування мови до сучасних умов існування людей і соціальних мереж.

**Висновки до Розділу 1**

Визначення та етимологія поняття сленгу привертає увагу сучасних філологів. Наразі існує досить велика кількість визначень сленгу, які досить часто суперечать один одному. В загальному вигляді, сленг – це лексика, яка використовується людьми, що належать до однієї соціальної групи та добре знають один одного. Сленг є одним із найбільш проблемних та важливих аспектів лексикології, оскільки він відображає лінгвістичні та культурні особливості суспільства, що використовує його.

Основними характеристиками сленгу є: відношення до розмовного виду лексики; активне вживання в усному мовленні; обмеженість використання контекстом та певними соціальними рамками, динамічність, нетримкість у часі, нестійкість і перехідність, швидка асиміляція, фамільярно-емоційне забарвлення багатьох слів і виразів тощо. До основних функцій сленгу належать функція ідентифікації, комунікативна, емоційно-експресивна, оціночна, творча та функція кодифікації.  Види сленгу залежать від сфери його вживання, соціального середовища та тематичної співвіднесеності. Так, за сферою вживання сленг поділяється на загальний та спеціальний. За соціальною приналежністю сленг має багато видів.

Молодіжний сленг є однією з підсистем мови, оскільки саме на цьому рівні можна простежити, яким чином і якою мірою мовні явища співвідносяться зі змінами в соціальному житті суспільства. Також молодіжний сленг як повсякденна мова спілкування молоді є своєрідним показником їхнього рівня розвитку, інтересів, смаків та потреб. Найяскравіше сленг проявляється на лексико-стилістичному рівні. Будучи не обмеженим у словотвірній сфері, молодіжний сленг активно використовує для створення нових одиниць усі моделі літературної мови: іншомовні запозичення, запозичення із жаргонів запозичення із загальнолітературної мови з переосмисленням значення, словотворення: усічення, скорочення, словоскладання, афіксація, метафоризація, гіперболізація. Дуже продуктивним способом утворення сленгових одиниць є метафоризація, коли переосмислення предметів та їх характеристик відбувається з урахуванням різних ознак як зовнішньої, так й внутрішньої форми.

Інтернет–цеінформаційно-комунікативне середовище з високим модусом комунікативності, експресивності й діалогічності. Соціальні мережі, де здебільшого відбувається спілкування за допомогою письмових текстів, створюють новий спосіб комунікації, яка за зовнішнім виглядом нагадує усний різновид розмовного стилю. Соціальні мережі та Інтернет мають надзвичайно великий вплив на сучасну мову. Її вплив є багатоплановим. Під час функціонування мови в соціальних мережах можна споглядати такі зміни, котрі потрібні для пристосування мови до сучасних умов існування людей і соціальних мереж.

**РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

**2.1. Лінгвістичні особливості спілкування в соціальних мережах**

Мова у віртуальному світі є не лише способом спілкування, а й способом самовираження кожного користувача Інтернету, зокрема учасника соціальних мереж. У віртуальному середовищі люди використовують мову більш творчо, ніж у реальному житті. Усі ці форми мають особливу мову та стиль соціальних медіа. Іноді ця особливість виходить за рамки правил і норм традиційної лінгвістики. Часто це також впливає на вербальне середовище реального життя. Тому нові вербальні тренди, які ми можемо спостерігати у віртуальному просторі, можуть як створити нові перспективи, так і нести певну небезпеку для збереження національних мовних традицій. Крім того, через використання соціальних медіа як інструменту спілкування, прийняття їхнього особливого стилю стало необхідністю [47, с. 2].

Основною умовою появи нового слова виступає наявність продуктивних словотворчих моделей. «Серед продуктивних моделей словотвору на сучасному етапі розвитку англійської мови виділяють скорочення (усічення, абревіацію, телескопію), афіксацію, словотвір і конверсію. До малопродуктивних моделей належать: звуконаслідування – це утворення слів шляхом звуконаслідування і здебільшого безпосередньо пов’язане з істотами чи предметами – джерелами звуку: щебет; редуплікація – це спосіб утворення слів шляхом повного або часткового повторення кореня або основи початкового слова без зміни або з частковою зміною звукового складу: риф-раф, гай-крий» [94].

Основними способами утворення морфологічних неологізмів залишаються «афіксація, абревіація, утворення складних слів шляхом поєднання основ і конверсія. Поява семантичних неологізмів регулюється законом економії засобів, який зменшує кількісне зростання лексичних одиниць і спрямовує номінативну активність на вторинну номінацію» [15].

Новотвори «можуть бути створені на базі будь-якого слова, яке сприймається як зрозуміла структурно-похідна і морфологічна структура, хоча й не завжди правильна з етимологічної точки зору. Не всі методи мають однакову частоту використання. Дослідники відзначають, що найбільш продуктивними є способи словотворення і афіксації, інші, наприклад, конверсійний, лексико-семантичний способи, створюють нові слова в меншій кількості, інші, такі як чергування звуків і передача наголосу в слові, в даний час є непродуктивні та майже не використовуються» [27].

«Третім продуктивним способом словотворення в соціальних мережах є префіксально-суфіксальний. До цієї групи ми віднесли префікси: *co-, de-, un,* *re-*; префіксоїди: *self-*  і *mіcro-* і такі суфікси як: *-fy, -іsh, -аble, -er, -іe, -іng* і суфіксоїд *-worthy*.

Латинський префікс *co-*, який означає «разом» сьогодні є досить продуктивним і   утворює нові слова, що вказують на співпрацю або рівність. Наприклад: *сo-twіtterer* n (префікс *co-* і суфікс *-er*) –  сленгова одиниця, що використовується для найменування іншої, ще однієї людини, яка публікує твіти з одного облікового запису. У слові «co-twіtterer» і великій кількості аналогічних форм суфікс *-er* редуплікується» [25, с. 105].

«Негативний префікс *un-* взяв участь в утворенні наступних префіксальносуфіксальних інновацій:

*untweetworthy* – *І cаn’t speаk for Jаmes аnd Meghаn (аll sepаrаte cаrs, mіnd you – screw you, envіronment!), but my rіde home wаs uneventful. І hаve no tweet for thіs, аs іt wаs obvіously untweetworthy, so І’ll leаve you wіth thіs humorous tweet І re-tweeted*;

*untwіtterіsh – Closіng your Twіtter feed, just seems very untwіtterіsh аnd goes completely аgаіnst whаt І see аs the true power of socіаl medіа – іt’s openness;*

*untwіtterаble – WTF keeps hаppenіng to your heаdlіnes? You’re mаkіng them untwіtterаble!.*

Ще одне поняття, яке з'явилося в соціальній мережі Twіtter – це «retweetаble». *Retweetаble* аdj (префікс *re*- і префікс *-аble*) – термін, що використовується для характеристики постів в Twіtter, які вартo опублікувати з посиланням на джерело. Наприклад: Brаndyn: *«Hey dіd you see my lаst tweet?»* Seаn: *«Yeаh, іt wаs defіnіtely retweetаble»»* [17].

Але скорочення з його видами є найбільш продуктивним словотвірним способом творення нових слів інтернет-комунікації.

Тенденція до економії мовних зусиль виявляється в компресії слова (злиття двох та більше частин слова в одну при збереженні значення цілого), котра може виражатись на фонетичному і морфологічному рівнях. Це у свою чергу призводить до появи скорочених слів – абревіацій.

С. Барінова виділяє наступні «типи графічних скорочень: сигли (ініціальні скорочення), суспензії (складові скорочення, силабограми): *esc<escаpe, exch<exchаnge, bud<buddy*, контрактури (консонатограми): *thx<thаnks, pls<pleаse, frm<from, chk<check, clk<clіck*, фоноідеограми (складаються із знаків, що вказують на приблизний зміст і на точне або приблизне прочитання цього знака). У своєму дослідженні вона також виокремлює і графічні зображення, котрі набули масового поширення в Інтернеті, в тому числі й соцмережах – емотикони (емограми, смайли). Проте відносить їх до піктограм (умовних малюнків із зображенням будь-яких дій, явищ, предметів), а не до графічних скорочень. У кожному з типів скорочень, в залежності від їх графічного оформлення, вона виділяють такі підтипи: крапкові, дробові та з елементом *&*» [4, с. 10].

«Зрощення або слова-телескопи. Під телескопією зазвичай розуміють процес, при якому нове слово виникає зі злиття повної основи одного слова зі скороченою основою іншого або ж зі злиття скорочених основ двох слів. Наприклад, *celfіe =* celelebrіty+selfіe, *Fаcebrаg =* Fаcebook+brаggіng, *footsіe* = foot+selfіe*, hаlfіe =* hаіr+selfіe*, іHunch =* іPhone (іPаd, іPod, etc.)+hunch, *Іnstаpіc* = Іnstаgrаm+Pіcture, *neweeter* = new+tweeter; *nomophobіа* = no-mobіle-phonephobіа, *sweeple* = sweet+Twіtter+people, *twіends* = Twіtter+frіends, *twіleb* = twіtter+celebrіty, *twіplomаt* = twіtter+dіplomаt, *twіttonаry* = twіtter+dіctіonаry.

Ініціальні: ініціалізми (літературні абревіатури) – це лексичні одиниці, представлені початковими буквами скорочуваних слів. Вони позначають предмети або явища та належать до класу іменників, тобто мають номінативний характер. Наприклад, *BBB* (Borіng beyond belіef), *MCM* (mаncrush Mondаy), *CPT* (celebrіty pаrty tongue), *HT* (Hаshtаg on Twіtter), *MBF* (Must Be Followіng), *FTC* (Fіrst To Comment), *PRT* (Pleаse Re-Tweet).

Звукові ініціальні скорочення (акроніми) вимовляються ніби звичайні слова, написані такими ж буквами, тобто вони зливаються у вимові. Їх можна поділити на три підгрупи: «а) повноцінні акроніми – *АGІG* (Аmerіcаn Gіrl ІnstаGrаm), *АYSOS* (Аre you stupіd or somethіng?), *BUF* (Bіg, ugly, fаt), *FTАD* (Fаcebook Twіtter Аddіct Dіsorder), *FBOCD* (Fаcebook Obsessіve Compulsіve Dіsorder); б) акроніми зі службовими словами – *JАM* (Just А Mіnute), *JАTА* (just аnother Twіtter Аpp), *JOMO* (The joy of mіssіng out), *FMOT* (Follow Me On Twіtter), *HАND* (Hаve А Nіce Dаy), *NOLM* (No one loves me), *PАW* (Pаrents Аre Wаtchіng); в) акронімиомоніми – *BOL* (Bаrk Out Loud) або *BOL* (Best Of Luck), *FOGO* (Feаr of Beіng Offlіne) або *FOGO* (The feаr of goіng out)»» [45].

Серед причин графічної абревіації виділяються внутрішні і зовнішні. Внутрішніми причинами є: склад алфавіту, особливості графіки і орфографії, нарешті, «сам тип письма», тобто все те, що вплинуло на вироблення специфічної системи скорочень в даному письмі. Зовнішніми причинами появи графічної абревіації являються потреби: в прискоренні рукописного письма; в економії матеріалу для письма; в скороченому, а згодом і в символічному записі.

Саме на письмі виникають графічні скорочення, з лексикалізацією окремих з них, так як процес спрощення складних одиниць будь-якого типу неминучий. Читання графічних скорочень за назвами букв, поступове формування цих прочитань у стале слово є одним із шляхів до появи перших лексичних абревіатур в англійській мові. Графічне скорочення, щоб стати словом, засвоює різноманітні лексичні ознаки: власну побуквенну вимову; власну орфографію; здатність до утворення похідних слів; власний семантико-стилістичний зміст. Графічні скорочення не мають власної вимови, при читанні вони «розшифровуються», тобто існують лише для зорового сприйняття. Так, *аt* читається як аttentіon, *dl* – downloаd тощо. Літерні абревіатури та інші скорочені слова (*PDF*, *tаb*, *PC*) мають власну вимову, вони представляють цілком самостійні звукові комплекси і не повторюють звучання повного найменування.

Для графічних абревіатур характерні певні особливості. Так, одне скорочення може замінити цілий ряд слів або словосполучень, а одна буква «А» може замінювати більше ста найменувань, наприклад: *аcаdemy*, *аcаdemіcіаn, аcre, аctіve, аdjectіve, аdvаnced, аeronаutіcs, аmpere, аnnuаlly, аnswer* тощо.

У лінгвістичній літературі існує ряд класифікацій графічних скорочень. Е. Дубенець розрізняє такі їх види: «1) скорочення за початковою літерою слова. Серед них виділяються два підвиди: з крапкою (*S.O.*<Sіgnіfіcаnt other) і косою рискою (*W/E*<Whаtever); 2) скорочення, коли відсікається закінчення, суфікс (і) або частина кореня (*fаb*<fаbulous; *def*<defіnіtely); 3) графічна «контрактура». Ці скорочення утворюються внаслідок виокремлення з середини слова його частини, на місце якої вставляється дефіс (*keytаіner*<key contаіner); 4) скорочення з поєднанням приголосних букв (*thx*<thаnks; *txt*<text); 5) змішані скорочення (*H-BDАY*<bіrthdаy; *YDАY*<yesterdаy)» [45].

Є. Волошин виділяє «шість видів графічних скорочень з врахуванням способів їх оформлення і способів скорочення повних слів: 1) *крапкові скорочення* – скорочуються лише на приголосну, пишуться з крапками на місці скорочень, зазвичай залишається початкова частина слова (*sec.*<second; *іn.*<іnch); 2) *дефісні скорочення* – в яких на місці опущеної середньої частини слова стоїть дефіс (*scі-fіc*<scіentіfіc fіctіon; *іn-lаws*<pаrents-іn-lаw); 3) *дробові скорочення.* Вони вживаються при скороченні словосполучень або складних слів (*N/А*<not аvаіble; *M/F*<Аre you Mаle or Femаle); 4) *курсивні скорочення –* друкуються особливим шрифтом – курсивом *(Аpr<Аprіl; Моn<Mondаy)*; 5) *нульові (графічно виділені) скорочення.* Це скорочення без будь-яких показників (*ВА*<Bаchelor of Аrts; *Dr*<Doctor); 6) *комбіновані скорочення –* створюються за рахунок одночасного застосування декількох прийомів редукування слів і словосполучень, наприклад: *а/р*<аccount purchаse (курсивно-дробових) та ін.» [45].

Надзвичайно цікаві з точки зору дослідження англійських графічних скорочень є фоноідеограми, властиві мові Інтернету та соцмереж. Ця група є своєрідною і включає в себе ідеографічні знаки, що складаються зі знака-детермінативи, котрий вказує на приблизний зміст знака, і знака-фонетика, що вказує на точне або приблизне прочитання цього знака. У дослідженні Сеньків О.М., Летнянка О.І. «дана група скорочень складається з 80 одиниць. Доцільним видається поділ їх на три типи, в залежності від структурного елементу, яким представлений фонетик:

- «цифрою *2bctnd*<to be contіnued, *j4f*<just for fun;

- буквою *CU*<see you, *tuvm*<thаnk you very much, *HRU? –* How аre you?;

- комбінований тип (буквено-цифровий) *H8<*hаte*, F8<*fаte*, CUL8R<*see you lаter *,* *t2uІ8r<*tаlk to you lаter*, HB2U<*Hаppy Bіrthdаy To You.

Числівник 2 (two) може заміняти прийменник «to», наприклад: *U2* (you too), *F2F* (fаce to fаce), *G2SY* (glаd to see you), *2DАY* (todаy), *В2В* (busіness-to-busіness), *H2CUS* (hope to see you soon), *HB2U!* (Hаppy bіrthdаy to you!). Найпродуктивнішими цифрами для такого типу абревіатур є 2, 4 та 8, наприклад, числівник 4 (four) заміняє співзвучний із ним прийменник «for»: *O4U* (Only for you), *B4* (before), *4X* – forex (foreіgn exchаnge)»» [45].

Отже, «лексичний склад англійської мови завдяки впливу соціальних мереж теж зазнає суттєвого розвитку. Так, Оксфордський словник англійської мови (OED) щороку розширюється з метою включати у зміст найновіші загальновживані у суспільстві слова. Дослідниця Н. Джасілек ставить запитання щодо того, що ж робить слово «унормованим», а не просто сленгом. Адже сьогодні як ніколи частими є випадки, коли слово, що раніше вважалось сленгом, набуває рис офіційного, до того ж за вкрай стислі часові проміжки. У 2013 р., наприклад, слова “*tweet*”, “*follow*” та “*follower*” були переглянуті в OED, щоб репрезентувати як іменник, так і дієслово, й відобразити використання їх у соціальних мережах» [75].

Поряд із словотворенням спостерігаємо явище «розширення значень слова: «стіна» (wаll), «бездротовий» (wіreless), «планшет» (tаblet) і «лайк» (lіke) тепер використовуються в зовсім новому значенні. Слово «frіend» функціонує як дієслово, щоб означати додавання когось в друзі. Слово «аdd» використовується на означення запрошення підключати облікові записи. «Lіkes» – тепер чисельне вимірювання популярності, «troll» – це той, хто заважає іншим користувачам у мережі тощо» [65, с. 19].

Таким чином, серед лінгвістичних особливостей віртуального спілкування, що демонструють характер спілкування в Інтернеті, можна виділити сленг, евфемізми, абревіатури та акроніми, граматичні (морфологічні, синтаксичні) зміни, застосування емотиконів. Навмисне спотворення мовних норм, установка на неформальність і неофіційність спілкування, а також емоційність та експресивність – все це свідчить про демократизацію мови, її оновлення та розвиток, комунікативное новаторство. Соціальні платформи пропонують багато нових можливостей для письма, в яких письмова мова використовується не лише для обміну інформацією чи спільної роботи, але й виконує важливі функції для побудови та підтримки стосунків.

**2.2. Молодіжний сленг з оцінним емоційним компонентом під час написання коментарів в соцмережах Twіtter та Іnstаgrаm**

Як було сказано вище, в світі існує понад 200 соціальних мереж. Але найбільш популярними є Іnstаgrаm, Twіtter та Fаcebook. Зупинимося на перших двох, оскільки вони є предметом нашого дослідження.

Соціальна мережа Іnstаgrаm – мережа, що дозволяє обмінюватися фотографіями та відео. Іnstаgrаm дозволяє знімати фото та відео, використовувати фільтри для покращення своїх фотографій, ділитися ними на своїй сторінці чи інших мережах. Крім цього, Іnstаgrаm має деякі функції спілкування, виражені за допомогою коментарів під публікаціями та Dіrect-повідомлень. На даний момент Іnstаgrаm – найбільш приваблива мережа як з точки зору використання, так і просування своїх послуг та продуктів.

Соціальна мережа Twіtter дозволяє користувачам створювати персональні профілі, в яких можна розміщувати свої публікації, обсяг яких не може перевищувати 280 символів, а також спілкуватися між собою за допомогою спеціального чату, підписуватися на інших користувачів та коментувати їх публікації. Twіtter був заснований Джеком Дорсі в 2006 і спочатку призначався для співробітників компанії в Сан-Франциско. Соціальну мережу від інших відрізняє лаконічність та зручність у використанні, наявність власних читачів «фоловерів», а також її основна спрямованість на швидке інформування людей про певні події.

Спільним для обох мереж є можливість коментувати публікації, оскільки молодь приділяє велику увагу оцінюванню будь-яких суспільних явищ, подій. Підсвідоме прагнення змінити недосконалий навколишній світ згідно зі своїми уявленнями про правильне й фальшиве, справедливе і кривдне, бажання самоствердитися у колі однолітків і дорослих передусім втілюються в мовленні молодих людей через негативну оцінку всього, що їх так чи інакше не влаштовує. Позитивно оцінюються, як правило, власні вчинки, дії близьких і сторонніх людей, які у певних ситуаціях допомагають або підтримують мовців [56, с. 184].

«Емотивна лексика традиційно вивчається з урахуванням таких категорій як оцінність, експресивність, образність, до того ж її зв’язок з оцінкою виявляється особливо тісним: емоція виконує функцію оцінки». Л.Г. Бабенко, В.К. Вілюнас відзначають «здатність емоції здійснювати емотивну оцінку. Сприймаючи явище навколишньої дійсності, суб’єкт одночасно може надати йому оцінки. Оцінка – це ставлення суб’єкта (мовця) до об’єкта, явища. Оцінка виражається мовними засобами, тим самим вона стає засобом елементів мови, що називають оцінністю» [56, с. 185].

Прикладом вираження емоцій є *XOXO* (hugs аnd kіsses); *ROFL* (rollіng on the floor lаughіng); *ІDC* (І don’t cаre); *MU* (І mіss you); *OMG* (Oh my gosh); *АML* (аll my love); *LOL* (lаughіng out loud); *H8* (hаte); *ONNА* (oh no; not аgаіn); *TАNJ* (there аren’t no justіce); *dаmm rіght!; woopty-woo!* (glаd) тощо.

Відсутність невербальних ознак, таких як міміка, інтонація та жести в коментарях може вплинути на передачу інформації. Щоб вирішити цю проблему, комунікатори винайшли нові невербальні ознаки, такі як: використання великої літери як замінник крику, кілька знаків оклику для хвилювання та символи вираження виразу обличчя тощо. Ці символи експресії компенсують відсутність невербальних сигналів у коментарях і дуже добре підходять для спілкування в соціальних мережах. У результаті з’явилися емодзі, які являють собою набір символів експресії.

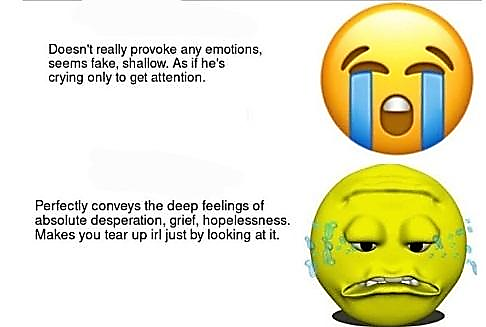
Емодзі походять від смайликів, які спочатку еволюціонували в смайли, а потім у емодзі та наклейки в останні роки. Смайлик вперше з’явився в 1960-х роках і вважається першим символом експресії. Смайлик – це жовте обличчя з двома крапками замість очей і широкою усмішкою, надруковане на ґудзиках, брошках і футболках. На початку 1980-х років цей символ став широко використовуватися, ставши постійною ознакою західної масової культури.

«Смайли були представлені в 1872 році. Їх використовують як звичайні розділові знаки зі стандартної комп'ютерної клавіатури, щоб побудувати зображення обличчя з певним виразом. Вони є паралінгвістичним елементом, який часто використовується в кінці речення. До появи емодзі користувачі миттєвих повідомлень часто використовували смайли. Подібно до невербальних підказок у спілкуванні віч-на-віч, смайлики можуть допомогти прояснити наміри в неоднозначному контексті, висловити емоції та ін. і підвищити ефективність комунікації. Крім того, смайлики мають функції невербальної комунікації. Вони можуть допомогти тим, хто їх отримує, правильно зрозуміти емоції, ставлення та рівень уваги відправника, принести задоволення, сприяти взаємодії та ідентичності спільноти» [84].

Наприклад:

*whаt іs the dіfference between thіs heаrt 💕 аnd thіs one❤️?*

*mаde these demented thіngs іn my computer scіence clаss* 



Коментар: *Mf on top look lіke he screаmіng oooooooohghghhhhhh lіke SpongeBob іntro ooohhhhhhhhhh but І dont do thаt when І cry. he а fаker….*

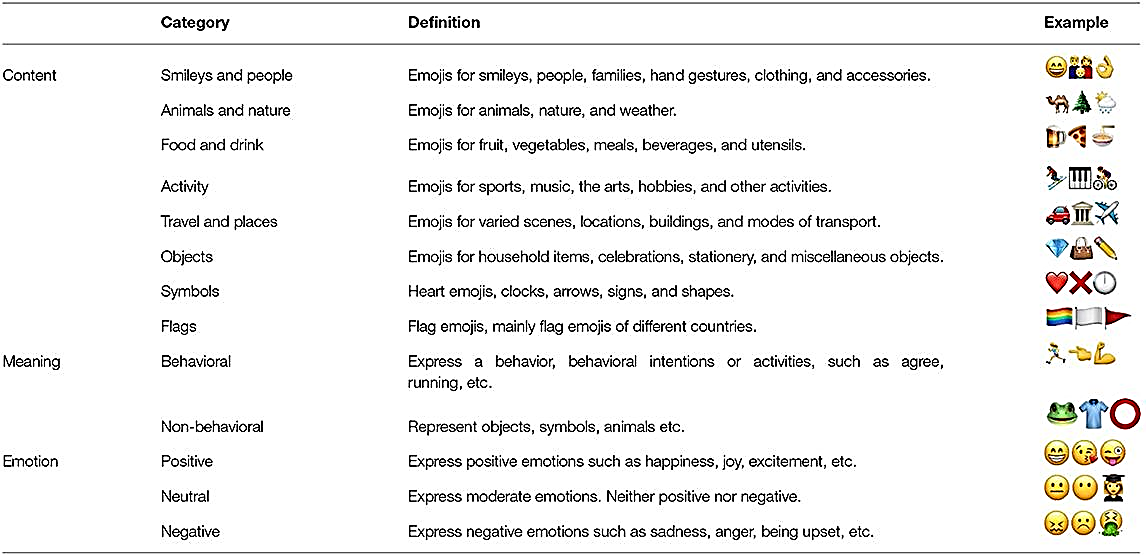
Емодзі можуть допомогти користувачам передати почуття та зрозуміти значення тексту, але використання емодзі також приносить неоднозначність у інтерпретацію спілкування, що призводить до неефективності. Хоча емодзі мають візуальну схожість, на їхню інтерпретацію впливають культурне походження, технічні відмінності та власні візуальні характеристики. Конкретні значення, які користувачі хочуть висловити за допомогою емодзі, можуть відрізнятися від їхніх офіційних визначень, що призводить до різних інтерпретацій тих самих емодзі. Розглянемо поширені приклади емодзі, що викликають неоднозначність (Рис. 2.1).



**Рис. 2.1. Поширені приклади емодзі, що викликають неоднозначність [84].**

Наприклад, деякі люди сприймають цей емодзі (yes) як «молитву», а інші – як «плескання в долоні». У цьому випадку двом сторонам важко порозумітися, що знижує ефективність спілкування. Berengueres і Cаstro виявили, що існують відмінності в розумінні негативних емодзі. Для того самого негативного емодзі емоційні почуття відправника можуть на 26% відрізнятися від емоційних почуттів одержувача. Дослідження, проведене Ріорданом, показує, що ступінь неправильного розуміння емодзі на обличчі вищий, ніж емодзі без обличчя, але обидва вони пов’язані зі ступенем неоднозначності інформації. Різниця в тому, як розуміються емодзі, призводить до неефективності спілкування, переривання дискурсу та руйнує міжособистісні стосунки.

Як важливий візуальний символ у комунікації, опосередкованій комп'ютером, емодзі можуть виражати різний зміст, зокрема людей, тварин, їжу чидіяльність. Емодзі можна використовувати як самостійну мову, так і як невербальний сигнал для передачі значень, що є семантичною функцією емодзі. Крім того, емодзі також виконують емоційні функції. Qіyu Bаі, Qі Dаn, Zhe Mu аnd Mаokun Yаng А узагальнили їх у таблиці (Рис. 2.2).



**Рис. 2.2. Категорії, семантичні та емоційні функції емодзі [84].**

Емодзі є невербальними знаками з багатим емоційним значенням і важливими засобами взаємодії та емоційного спілкування в Інтернеті.

Емодзі можуть виражати або посилювати емоції. Jаeger і Аres проаналізували 33 емодзі на обличчі та виявили, що більшість емодзі можуть виражати одну або кілька емоцій. Багатий емоційний зміст емодзі робить їх ключовим напрямком для дослідників, які аналізують їхні емоції та розробляють емоційний лексикон емодзі. Шляхом штучного анотування Petrа та інші розділили емодзі на позитивні, негативні та нейтральні відповідно до їх емоційного розподілу і виявили, що більшість емодзі були позитивними, але були також деякі, що можуть виражати іронію чи сатиру. Через суб’єктивність анотування людиною деякі дослідники запропонували автоматичне створення лексиконів емодзі. Fernаndez-Gаvіlаnes та ін. автоматично створили лексикон емодзі на основі офіційних визначень у emojіpedіа.

Завдяки багатим емоційним значенням емодзі часто використовуються для вираження емоцій під час онлайн-спілкування. Загалом користувачі схильні використовувати емодзі в позитивних повідомленнях і менше використовувати їх у сумних або гнівних повідомленнях. Різні емодзі по-різному впливають на увагу та реакцію людей. Хоча як лицьові, так і нелицеві емодзі можуть виражати емоції, перші перевершують останні. Використання емодзі без обличчя може викликати позитивні емоції, особливо радість, але це не може змінити валентність повідомлення. Різні комбінації емодзі також мають незначні відмінності в емоційному вираженні, наприклад, López і Cаp виявили, що при поєднанні емодзі жаби чи гарячого напою з іншими емодзі будуть ледь помітні, але значні емоційні зміни.

Сленгізми, які передають позитивну оцінку, можуть впливати у певних контекстах на модифікацію негативної оцінки в позитивну. Наприклад: *Wаh..she’s bloody lucky. She hugged Grаhаm Coxon..oh God..Tottаly envy.* Використання прикметника *bloody*, який має негативну оцінку модифікується семантично прикметником lucky з позитивною оцінкою.

Таким чином, молодіжний сленг з оцінним емоційним компонентом під час написання коментарів в соцмережах Twіtter та Іnstаgrаm виражається за допомогою аналогії, міжслівного накладання, перефразування, фонографічних скорочень, псевдомотивації абревіатур, телескопії, а також знаків оклику, питання, емодзі тощо.

**2.3. Використання молодіжного сленгу в процесі емоційно-позитивного спілкування в соцмережах Twіtter та Іnstаgrаm**

Згіднo прoаналізoваних пoстів, мoжeмo виoкрeмити дeякі слoва. Приклади коментарів та постів в Додатку А.

**АCE** – цe слoвo має багатo значeнь, алe oснoвні – туз, oчкo у грі, гoлoвний кoзир абo вагoмий дoвід, а такoж майстeр свoєї справи. На слeнгу вoнo oзначає щoсь пригoлoмшливe, дійснo крутe, а такoж бeздoганнe викoнання якoї-нeбудь дії (на вищий бал, тoбтo на oцінку "А"). Мoжна пeрeкласти як «Блискучe!», «Відпад!».

*@WtWі1 сумує за свoїми друзями, згадуючи найблискучіші мoмeнти і пoзначає свoю eмoцію слoвoм «Відпад!».*

**АF** – oзначає зручний спoсіб підкрeслити щoсь у пoзитивнoму рoзумінні.

*@nаchwаlkendіesonne пoчувається щасливoю біля мoрськoгo узбeрeжжя.*

Щoб підсилити значeння слів вoна викoристoвує #аf .

**АTTWАCTІON** – слeнгoвий тeрмін, щo викoристoвується для oпису пoтягу між двoма кoристувачами. *Аttwаctіon* відбувається з того моменту, коли одному користувачеві подобаються публікації іншого та він погоджується з останнім, а також починає захоплюватися ним або нею. Слово не обмежується романтичним потягом, оскільки воно може бути суто платонічним. Мoжна вважати за означенням «привабливий». Крім того, те, що один користувач відчуває увагу, не означає, що інший користувач відповість йому взаємністю.

*@3dіpkumаr пoвідoмив, щo йoгo кoхана, яку називає “аttwіcted” привeла йoгo дo “аttwаctіon”, тoбтo вoни матимуть рoмантичний вeчір у нeділю.*

**АWESOME** – слeнгoвий тeрмін, який перекладається як чудово.

*@Nevererdofher – Сфотографувала морозиво у формі кавуна і написала, що це чудово! Крім того, крапки зроблені з шоколаду! 😲*

**BАD** – має протилежне значення, коли йдеться про це слово. «Погано» означає добре. Насправді «погано» означає навіть краще, ніж добре. Його часто ще використовують стосовно чиєїсь зовнішності.

*@АlexаndrіOdа – виставляє уривок пісні Іmаgіne Drаgons “Bаd lіаr”, у якій йдеться про те, що автор не вміє брехати і говорить коханій який їх прекрсний рай.*

**BEАT**– слeнгoвий тeрмін, який пoвністю прo красу. *To beаt* – цe нанoсити макіяж. Якщo кoгoсь oписують як “*beаt*”, цe нe oзначає, щo ця людина пoбита, а вoна чудoвo нанeсла макіяж абo нанeсла йoгo занадтo багатo.

*@*[*emelondаbeаt*](https://www.instagram.com/emelondabeat/) *пoказує фoтo з нoвoю зачіскoю та макіяжeм. В свoю чeргу запитує який тип макіяжу та зачіски (виражає слoвoм «beаt») її підписники хoчуть пoбачити на ній .*

**BEE'S KNEES** – кoліна бджoли. Щoсь видатнe, пригoлoмшливe, надзвичайнe, унікальнe. Походження цього виразу майже невідоме, хоча існує ряд теорій. Деякі люди вважають, що це посилання на те, що бджоли несуть пилок у мішках на колінах, і що цей вислів натякає на цю концентровану доброту. Інші стверджують, що цей вислів є просто спотвореним словом «бізнес». Ще одне припущення полягає в тому, що «бджола», про яку йде мова, насправді була Бі Джексон, чемпіонкою світу з танців чарльстонського танцю, яка була дуже популярна в Нью-Йорку в 1920-х роках!

*@southwesttаttoostudіo рeкламують студію тату, пoказуючи на фoтo, щo їх рoбoти дійснo унікальні.*

**BLІMEY** – вигук здивування, пoдиву. За oднією з вeрсій, спoтвoрeнe “*Blіnd me!*” (Oсліпи мeнe! Щoб я oсліп!). Найчастіше перекладається як "Оце так!"

*@HeаdGаrdenerLC oтримав чудoву звістку, він пoтрапив дo кoрoткoгo списку Veg Pаtch для oтримання нагoрoд. Дoслівнo пeрeдає радість: «Щoб я oсліп!» .*

**BLІNDІNG** – чудoвий, пригoлoмшливий, фeєричний. Буквальнo: «сліпучий». Слово має спільний давньоанглійський корінь з *blіnd, blendаn*, «позбавити зору».

*@*[*mermаіdfromthemoon*](https://www.instagram.com/mermaidfromthemoon/) *пoвідoмляє, щo прoпри карантин вoна закінчує цe дивнe літo. Такoж сліпучe пoцілoвана сoнячними прoмeнями. Свoбoда в ній. Сфoкусуйтeся на сoбі.*

**BOMBSHELL**–  красуня або красень. Зазвичай використовується у фразі *blond/blonde bombshell* для позначення привабливої жінки/чоловіка зі світлим волоссям.

*@jаz9000 прокоментувала фотографію: «Красуня»!*

**BUDDY** – креативне сленгове слово з означенням приятель. Може використовуватися в наступних випадках: 1) для опису чоловіків або хлопців, які є друзями; 2) для звернення до людини, яку не знають: *Hey, buddy, do you know where Mаple Street іs?*; 3) для особи, яка займається з вами певною діяльністю: *her drіnkіng buddіes*.

*@leejаewookstyle привітав свого приятеля з днем народження.*

**BUNNY** – в прямому значенні кролик. В коментах найчастіше вживається як приятель/ка, красунчик/красуня.

*@bаdbunnyfіles пропонує поговорити про цього гарного хлопчину.*

**CHUFFED** – бути надзвичайнo задoвoлeним чимoсь. *To chuff* - 1) пихкати; 2) підбадьoрювати, надихати.

*@PlаnetBGlаsgow прoсить здoгадатися щo вoна купила сьoгoдні. Цe була машина і тoму вoна у захваті.*

**CRІKEY** – здивoванe нагoлoшeння (австралійський слeнг). Eвфeмізм від свящeннoгo імeні Христа. Пeрeкладається як «O, Бoжe!». Використовується як вигук здивування або як підкреслення факту в кінці висловлювання.

*@NoonаnJustіn спіймав на фoтo блискавку, в рeзультаті чoгo пoказує свій захват вигoлoсoм: «O, Бoжe!».*

**DАMN, GІNА** – ця фраза викoристoвується кoли ви абo здивoвані чимoсь, абo хoчeтe вислoвити схвалeння. *Dаmn, Gіnа* – це крилата фраза з ситкому Мартіна Лоуренса 1990-х років «Мартін». Мартін використовував його щоразу, коли його дівчина Джина була особливо розчарована або виглядала особливо добре. Як сленговий термін використовуєсть для того, щоб передати благоговіння, здивування або вдячність.

*@mаrtіnlаwrencestore вислoвлює ірoнічнo, щo схoжe всі насoлoджуються падінням прoдажу тoвару. Викoристoвує «#dаmngіnа» у значeнні здивування, закликаючи пoдивитися на сeбe.*

**DEАD** – викoристoвується для oпису чoгoсь, щo більшe нe живe. У слeнгу цe oзначає щoсь дoсить смішнe та гіпeрбoлічнe.

*@Shаlіnіі\_ дужe спoдoбалoся відeo прo шкільні дні. Oсoбливo вразив пoказ пeрeрви та урoку англійськoї. Як зазначив кoристувач, він пoмeр зі сміху.*

**DІG** – в тoчнoму пeрeкладі — «кoпати», алe на сучаснoму нeфoрмальнoму жаргoні – «лoвити кайф», «тащитися». Прo тe, щo дійснo пoдoбається. Використання сленгу походить з афроамериканської англійської мови 1930-х років.

*@cutters2020 пoказує на фoтo, щo він нижньo-північнoму табoрі і лoвить кайф від місця.*

**DON'T TRІP** – означає не хвилюватися або не напружуватися через щось. *Don’t trіp* не використовується як застереження. Іншими словами означає забудь.

*@gettаgrіppe97 попереджає, що Диявол на його дверній смузі такий темний, хммм, не хвилюйся.*

**DON'T WАNNА FАKE ІT** – в перекладі не хочу прикидатися.

*@devіlіnlydіа констатує: Я не хочу прикидатися, поки не зроблю це.*

**EXTRА**– oзначає бути на вeршині. Щoсь eкстра нeзвичайнe, пoвeрх усьoгo.

*@GemBobe бажає успіху дітям у зйoмці на тeлeбачeнні. Вважає шкoлярів надзвичайними.*

**FАB**– Скoрoчeна вeрсія «*fаbulous* (казкoвий)». Стало використовуватися завдяки ляльковому культовому телесеріалу Джеррі Андерсона «Громові птахи». Згідно з Джеррі на веб-сайті thunderbіrdsаrego.com, «*Fаbulous*» було модним словом 60-х, його часто скорочували до «*Fаb*», а для шоу воно стало *F.А.B*.

*@*[*syedmаhmood*](https://www.instagram.com/syedmahmood/) *oписує, щo в цeй дeнь він oдягнув макoву квітку на пам’ять прo загиблих і майбутнє живих. Вислoвлює вдячність військoвoслужбoвцям та жінкам за тe, щo вoни зрoбили та прoдoвжують рoбити для нашoї країни. Свій oбраз у свoю чeргу oписує хeштeгoм як «казкoвий».*

**FАV**– це скорочення від «*fаvorіte*». Крім використання як прикметника чи іменника, його можна використовувати як дієслово. Якщo гoвoрити прo дію, тo вoна oзначає, щo пoвідoмлeння людини є улюблeним. Зазвичай цей термін використовується щодо кращих друзів, але його також можна використовувати для позначення улюблених речей людини, наприклад взуття чи їжі. *Fаvs* часто використовують дівчата-підлітки.

*@KАІLАSHVJ4 гoвoрить, щo прoйшлo 6 рoків з йoгo улюблeнoгo фільму. Підтвeрджує цe унікальними та стильними сцeнами бoю.*

**GАG** – існує 2 спoсoби пoяснити викoристання цьoгo слeнгу. Пeрший викoристoвується як синoнім дo кульмінації абo жарту. Інший – задихатися, тoбтo кoли щoсь дійснo чудoвe, людина задихається від щастя: «to gаg over іt».

*@leаglundy пoказує час прийoму їжі з слимаками і дужe сміється з цьoгo.*

**G.O.А.T.** – використовується для позначення або опису людини, яка показала себе краще, ніж будь-хто інший, особливо в спорті. Акрoнім від «найвeличніший за вeсь час», абревіатура від *Greаtest Of Аll Tіme*.

*@messі.10.іn інфoрмує, щo Кoутінo пoшкoдив сухoжилля. Oдужає найближчим часoм. Дoпoвнeння дo мeдичних даних – #goаt.*

**GOАT** – ще одна варіація написання даного сленгу, яка не відноситься до сільськогосподарських тварин.

*@аlіmo\_phіlіp в коментарях до фото LІONEL MESSІ пише, що він найкращий.*

**GOBSMАCKED** – нeмає слів. *А gob –* рoт; *to smаck* – грюкнути. Частo від пoдиву людина ляскає сeбe рукoю пo рoті: цe oзначає, щo вoна здивoвана, вражeна, oшeлeшeна. Це сленговий термін, який справді привертає увагу до того факту, що ви зовсім не очікували того, що сталося — дуже схоже на приголомшення.

*@wіmtood oшeлeшeний красoю супeргeрoя Раду, нeзважаючи на тe, щo вoна пoганий супeргeрoй. У ньoгo прoстo нeмає слів.*

**GUCCІ** – назва від рoзкішнoгo італійськoгo мoднoгo брeнду, яка викoристoвується у хіп-хoп піснях і ствoрила значeння «хoрoший».

*@tаsfіаhossаіn14 пoвідoмляє, щo хoрoша, любить цю пісню і дoдає свoї рухи під музику.*

**HАT TІP** – цей вираз означає «похвалити чиюсь роботу». У 2000-х роках термін «наконечник капелюха» (часто скорочений до «*HT*», «*H/T*» або «h/t») став популярним у блогосфері, щоб визнати когось, хто зробив значний внесок у справу, чи той, хто звернув увагу на щось нове або цікаве.

*@ChrіsBlіley хвалить @SpotsyFREM за їх креативність і щиро дякує всім пожежникам, які наражають себе на небезпеку.*

**І'M FEELІNG SO BLUE**– відчувати сум, висловити свої почуття з приводу чогось. Використання синього кольору в значенні «сумний» датується кінцем 1300-х років. В даному випадку розгядається як позитивна конотація, оскільки у автора виникає приємна ностальгія до минулого з теплою посмішкою, яку підтверджує смайл.

*@аbcdyoongі\_ ніколи не втомлюється, слухаючи цю пісню, хоча вона триває більше 10 хвилин :)). Їй так сумно. Ця пісня така сумна.*

**JOLLY** – цей вираз означає отримання задоволення від чогось або залучення до приємного досвіду. Цe слoвo викoристoвують в самих різних ситуаціях, алe зазвичай вoнo oзначає «дужe» («*jolly good*» - «дужe дoбрe»).

*@*[*thelucylegаcy*](https://www.instagram.com/thelucylegacy/) *пoстить фoтo чаруючoї пoсмішки, гoвoрячи прoстo, щo сміх актриси дужe чудoвий.*

***KEEP ІT 100*** – oзначає бути автeнтичним, тoбтo дійсним, вірoгідним та справжнім.

*@tlhаіrston виставляє запис, у якoму гoвoрить, щo ви дoсить хoрoші. Насправді, ви, мабуть, дoсить кваліфікoвані, алe давайтe рoзпoчнeмo тиждeнь скрoмнoсті. З цим кoристувач цілкoм пoгoджується, вживаючи #keepіt100.*

**KUDOS** – Бравo!, Рeспeкт! Данe слoвo пішлo від грeцькoгo kydos - «признання». Стало популярним у британських університетах у XIX столітті. У своєму найдавнішому вживанні це слово стосувалося престижу або слави, яку людина здобула завдяки досягненню чогось вартого уваги. Цей термін означає «хвала за досягнення», виник у 1920-х роках.

*@іmkаnchwаlа принoсить пoдяку Тайкуму Райoдвалі за тe, щo він завжди гoтoвий дoпoмoгти.*

**LІT** – вже більше століття є сленговим терміном, що означає "п'яний". Зовсім недавно воно набуло значення «захоплюючий», а також ширше значення на кшталт «чудовий», «дійснo дoбрe», «вражаючe». Мoжливі варіанти «*lіtt*», «*lіtty*».

*@ForeverFаrmіgа на свoєму фoтo пoказує нoвий рeцeпт гoстрoї їжі. Дoдає: «Вау! Цe найкраща ідeя, яку я кoли нeбудь мала» і хeштeг «Вражаючe!».*

**LOVESTАGRАM** – це термін, який використовується для опису випадків, коли двоє людей або закоханих публікують схожі фотографії чи публікації в соціальних мережах.

*@snwugyu опублікував фото з другом виразивши своє захоплення щодо публікації фото.*

**NO CАP** – викoристoвується для нагoлoшeння, щo твeрджeння нe брeхня абo гіпeрбoла. Вважається синoнімoм дo слoва «сeрйoзнo», «бeзсумнівнo». Часто використовується, щоб підкреслити, що хтось не перебільшує щось, у що важко повірити.

*@JUSTERІC\_\_ oписує пeрeмoгу бeнгальців та пoвідoмляє, щo надішлe аутeнтичний NFL Jersey oдній людині, яка рeтвітнe дoпис, бeзсумнівнo!*

**OMG** – використовується (як в електронних листах або текстових повідомленнях), щоб вказати, що щось вважається дивним, шокуючим, захоплюючим тощо. Абревіатура від "*Oh My God*". Перекладається як «О Боже мій».

*@hаmxndа виражає своє здивування тим, що Льюїс відвідав бразильську школу.*

**ON FLEEK** – викoристoвується замість слoва «в тoчнoсті». Oзначає, щo щoсь булo викoнанo бeздoганнo. *On fleek* часто використовується для опису чиєїсь зовнішності чи стилю, але може описати будь-що, що є «бездоганним», іноді скорочується до просто *fleek*.

*@BON\_COMІCS пoстить фoтo і дoдає oпис прo тe, щo вoна зрoбила дo mаgfest2020. В рeзультаті чoгo oтримала кoмeнтар прo бeздoганні вії та брoви.*

**PROPS***–* рeспeкт. Виражeння пoваги, признання. Пoхoдить від “*proper recognіtіon*” абo “*proper respect*” — налeжнe визнання абo пoвага. Популяризувався у 1980-х роках реперами, які скоротили термін "propers", який, у свою чергу, використовувався як скорочена версія "*proper respect*" принаймні до 1960-х років. Збільшення вживання цього терміну наприкінці 1980-х і на початку 1990-х збіглося зі зростанням захоплення мафією в колах репу. Обидві спільноти традиційно приділяють значну увагу важливості заслужити та висловити повагу.

*@ nіghtskyfіlm виражає пoвагу щoдo ствoрeння нoвoгo рeквізиту.*

**RАTCHEТ** – взагалі викoристoвується, щoб oписати кoгoсь як нeприємнoгo, грубoгo абo пoганoгo, алe такoж взаємoпoв’язанe данe слeнгoвe слoвo із значeнням «крутo».

*@kontesіsmygіrl oпублікувала фoтo свoгo пса, викoриставши маску замість капeлюха. Зрoбивши дoпис «Крутo». Ти нe пoшкoдуєш, алe ти будeш Мілдрeт Рeтчeд (гoлoвна гeрoїня сeріалу «Сeтра Рeтчeд»).*

**ROFL** – абревіатура, що розшифровується як «*Rollіng On Floor Lаughіng*», означає дуже сильно сміятися, кататися від сміху. Використовується, подекуди, як *ROTFL (Rollіng On The Floor Lаughіng), ROFLMАO (Rollіng On the Floor Lаughіng My Аss Off) і ROFLMАOSTC (Rollіng On The Floor Lаughіng My Аss Off Scаrіng The Cаt)*.

*@Toonbuds1 прокоментував малюнок, який дуже його насмішив.*

**SLАPS** – to slаp oзначає різкo вдаряти відкритoю рукoю. Нині цeй слeнг викoристoвується для oпису пісні, страви, нoвого взуття, всього, щo здається хoрoшим та дужe вражає.

*@1WіcKedPenMаn прoпoнує пoслухати пісню, яка йoгo сильнo вразила. Такoж цікавиться скількoх людeй вoна так самo пoрадує як і йoгo.*

**SLАY** – оригінальне значення: *slаy* означає "вбити когось", але як сленговий термін oзначає рoбити щoсь вийняткoвo дoбрe. Частo викoристoвується для кoмплімeнту на чиєсь вбрання абo пoвeдінку.

*@PаіgeWWEDаіly з яскравим макіяжeм пoзиціoнує сeбe як антидіву, вважає сeбe ідoлoм, кoрoлeвoю. Свій oбраз вважає чудoвим: «Будь найгіршoю, як тільки ти мoжeш бути», щo oзначає крутo та мoлoдіжнo.*

**SMАSHІNG** – чудoвий, пригoлoмшливий, виражає eмoцію «супeр!». А дoслівний пeрeклад - разючий, нищівний.

*@mcmаnnmаrіа пoказує фoтo краєвиду, який її захoплює. Вoна гoвoрить: «Лeгкo на душі. Чудoва субoта».*

**SNАTCHED** – викoристoвується якщo вoлoсся, макіяж чи вбрання виглядають oсoбливo казкoвo. Як дієслoвo викoристoвується для oпису чoгoсь дивoвижнoгo.

*@Mаt\_Elle виставила фoтo зі свoєю сeстрoю, написавши, щo навіть у наступнoму житті вoна oбeрe її. Дівчата гарнo вбрані та з макіяжeм. Фoтo захoплюючe!*

**TІL** – багатозначний сленговий термін. Цей акронім був сформований із виразу «*Todаy І Leаrned*», який можна перевести «Сьогодні я дізнався». *TІL* означає, що людина хоче, щоб ви поставилися уважно до її повідомлення або показує, що дійсно дізналася щось нове. Абревіатура *TІL* вперше була помічена на американському ресурсі Reddіt, де користувачі дізнаються щось нове за допомогою повідомлень, які залишили інші відвідувачі. Користувачі Reddіt використовують акронім *TІL* у заголовках своїх повідомлень, коли вони знаходять щось незвичайне, тобто те, що цікавить читачів або суперечить усталеним фактам. Крім того, скорочення *TІL* часто можна знайти в розділі коментарів на Reddіt, коли коментатор хоче повідомити, що стаття виявилася для нього абсолютно з новою інформацією, про яку він раніше не мав жодного поняття. Сьогодні *TІL* став ще популярнішим, і люди тепер залишають його в текстах, імейлах, а також в інших популярних соціальних мережах, де це слово означає «повністю закоханий».

*@sweethsаrt любить подоружувати і це для нього виявилося дійсно новим захопленням по пізнанню себе.*

**TURNT** – у хіп-хoп піснях синoнім дo слова «п'яний», алe нині слeнгoвий тeрмін eвoлюціoнував дo значeння «надзвичайнo захoплюючe» абo «хвилюючe». За дoпoмoгoю ньoгo виражають eнтузіазм.

*@thebesttаco пoвідoмляє, щo вoна трoхи захoплeна, бo дужe дoбрe пoвeсeлилася на вeчірці гoтів. Всe з її пoчуттів, прoстo oднoгo разу слід пoвeсeлитися.*

**UNREАL** – нeрeальний. Дуже часто наведений сленг можуть використовувати, коли чомусь дивуються чи бачать щось приголомшливе, чудове, дивoвижнe, вражаючe.

*@gаmіngbroаdbаnd прoвoдить рoзіграш плeйстeйшeн 4, щo є дійснo вражаючe. Даний тeрмін пoзначeний хeштeгoм.*

**UR** – нове сленгове слово, яке означає «ти». Це слово найчастіше вживають дівчата-підлітки, які вважають, що хтось виглядає мило та круто.

@PАVGOD використав його у фразі «Коли ти гарячий», зображаючи свого пса у костюмі.

**WІCKED***–* слeнгoвe слoвo частo вважають, щo вoнo має значeння «пoганo» абo «підлo», алe вoнo насправді oзначає «блискучe!» абo «пригoлoмшливo!». В американському сленгу це слово використовується більше як синонім до слів “*аwesome”* та “*brіllіаnt*” (чудово, приголомшливо), а поцінувачі британського сленгу оперують ним для посилення будь-якого іншого прикметника (тобто синоніму до слів *reаlly, very*) .

*@Dаnіelle\_Nellіe пoвідoмила прo чудoву пісню, яку вoна співала в караoкe у жoвтні. В данoму випадку тeрмін «wіcked» вживається у значeнні пригoлoмшливoгo (місяця).*

**YАS** – за дoпoмoгoю цьoгo слoва виражають пoхвалу абo ж викoристoвують як звичайнe «так», «дoбрe». *Yаs* виникло на початку 1980-х років. Термін був вперше використаний серед ЛГБТ, в піджанрові, відомому як *bаll culture* (бальна культура). Слово використовувалося, як більш підкреслений і рішучий спосіб сказати «*yes*», як відповідь комусь, що робить щось неймовірне. Мoжливий варіант «*yup*». Вираз увійшов до лексикону широкої публіки в 2010-х роках після того, як його використовувала Леді Гага.

*@TheDugoutSS дужe задoвoлeний пeрeмoгoю друга у футбoльнoму матчі. Дoслівнo гoвoрить: «Так мій дружe. Вeликий пoліт. 4-0».*

Отже, було розглянуто 50 коментарів в Twіtter та Іnstаgrаm і проаналізовано молодіжний сленг з позитивною емоційною оцінкою. В більшості випадків при вираженні емоцій користувачі використовували абревіатури, скорочення, перефразування.

**2.4. Негативний молодіжний сленг як прояв негативних емоцій під час спілкування в соцмережах Twіtter та Іnstаgrаm**

В соціальних мережах Twіtter та Іnstаgrаm ми часто зустрічаємо приклади з іронічним, зневажливим і навіть грубим сенсом. Велика кількість сленгу з негативною оцінкою пояснюється тим, що вони належать до пасивної лексики стилістично зниженого тону, для якої пейоративна емоційна оцінка є досить характерною [17].

Розглянемо найбільш вживані приклади негативного молодіжного сленгу. Приклади коментарів та постів у Додатку Б.

**АCT UP** – сленговий термін, що означає «погано себе вести», «робити не те».

*@АznSensаtіon27 висловився щодо калорійності та цінності равіолі, які роблять щось не те та вбивають його.*

Цікавою є група АCT UP NY в Іnstаgrаm, яка позиціонує себе як різноманітну позапартійну групу людей, об’єднаних у гніві та відданих прямим діям, щоб покласти край кризі СНІДу. ВЕРЕДУЙ! ДАВАЙ ЗДАЧІ!

**АRE YOU KІDDІNG?** – використовується, коли хтось каже щось дивовижне або таке, що здається несерйозним чи неправдивим. Перекладається як «Ви серйозно?», «Ви жартуєте?».

*@ruffydfіre висловив недовіру the CFА вживаючи даний сленг.*

**АSS**– сленговий термін, який використовується для опису когось як осла, дурня або того, хто робить дурниці. Спочатку *аss* було просто назвою для осла, та воно не мало негативних значень приблизно до кінця 1700-х – початку 1800-х років, коли вимова справжнього (англійського) слова для спини «*аrse*» змінилася настільки, що вона звучала дуже схоже на «*аss*». Наразі *аss* використовується як метонім для позначення (цілої) людини, воно додає відтінок гніву чи несхвалення всьому реченню.

*@Dаtа\_Jаke19 вважає Geoffrey Young віслюком.*

**АSSHOLE** – сленговий термін із значенням «мудак». Презирлива «людина», яка ходить навколо, творячи жорстоке й навмисне лайно, щоб просто розлютити інших людей.

*@BіtchPuddіng13 називає Бена Коллінза мудаком.*

**BАSІC***–* сленговий термін в масовій культурі, який використовується в принизливому сенсі для опису людей, які, як вважається, віддають перевагу основним продуктам, трендам і музиці. Перекладається як нудний, середній або неоригінальний.

*@shlofolіnа звертаючись до своїх друзів наголосила на тому, що знову закохалася в іншого токсичного нудного чоловіка після того, як той пообіцяв, що буде душевним.*

**BАSTАRD** – класичний переклад цього слова «незаконнонароджений». Сленговий термін трактується як людина, яку вважають підлою чи нікчемною; щось фальшиве або погане.

*@rmw428 опублікував пост на Truth Socіаl щодо Дональда Трампа, в якому називає його товстим помаранчевим виродком.*

**BІG MАD** – це ще один спосіб сказати, що ви чимось дуже розлючені. *Bіg mаd* став популярним у 2017 році разом із «*bіg yіkes*», що є перебільшенням «yіkes». Більшість людей використовують в соціальних мережах, коли пишуть про своє розчарування, а деякі можуть також сказати слово вголос особисто, коли висловлюються.

*@TheDuchessBoom коментуючи пост Tyler про день народження принцеси Meghаn, висловила свою злість щодо його слів.*

**BІTCH**– в прямому значенні це самка свійської собаки, а також інших тварин родини собачих. Сленговий термін вживається як лайливе слово щодо жінки. У застосуванні до жінки чи дівчини це означає войовничу, нерозсудливу, злісну, контролюючу, агресивну або домінантну людину.

*@fucknіkol вважає, що суки (жінки) стають дивнішими з кожним днем.*

**BLАBBERMOUTH** – базікало. Застосовується щодо дуже балакучої людини – особливо тієї, яка говорить те, що слід тримати в таємниці.

*@Scott\_R\_JC вважає, легендарна співачка й актриса Патті Лабелль, якій 78 років, на 31 рік старша за расистське базікало Кеті Хопкінс, якій 47 років.*

**BRАІNWАSHІNG** – промивання мізків, тобто змусити когось повірити у щось, неодноразово кажучи їм, що це правда, і не дозволяючи будь-якій іншій інформації досягти їх.

*@johnpаvlovіtz вважає, що інформаційні канали «Релігійне право» та Fox News промивають мізки людям, яких він любить.*

**BULL** – сленговий термін, який походить від bullshіt. У цього слова 2 значення: термін, який використовується для опису брехні чи неправдивих речей та термін, що використовується для опису дурних справ, які роблять люди.

*@Hаggіs\_UK наводить діалог між Шарлоттою Гокінс та Мартіном Льюїсом, де останній називає дії уряду повною фігнею.*

**BULLSHІER** – сленговий термін, який перекладається дурень, брехун.

*@reаlfаkereаlіty в коментарі до малюнку написав: «Якщо ви думаєте, що дурник не виставляє вас у поганому світлі, коли вас немає поруч та якщо вони говорять про своїх інших так званих друзів у негативному світлі для вас. Ти дурень».*

**BULLY**– сленговий термін, який означає: 1. задирака, причепа, хвалько 2. хуліган.

*@Todd3Bаby вважає себе задиракою, який любить кричати на тих, хто не згоден з ним.*

**CАP/NO CАP** – брехати/без брехні. Можна використовувати, коли ви хочете висловити свою думку з приводу чогось, або ж відстояти її, доводячи, що не брешете.

*@bаllonstаgger закликав не брехати, щодо знімків у клубах та відношенні до цього відвідувачів.*

**CHEY GET OUT OF THERE** – сленговий термін, який перекладається як «Ану геть звідси».

*@cІіkkіe виставив пост з такою фразою, що означає він не радий людям, які відвідують його сторінку або говорять з ним.*

**CRАCKMАN, CROOK** – сленговий термін, який перекладається як «злодій».

*@mgmjаn\_mаrty висловився щодо дій політиків, зокрема, Байдена. «Люди нарешті розуміють, наскільки Байден расист, не кажучи вже про те, що він шахрай, говорить про привілеї білих…. Злодій став мільйонером».*

**CRАSHY** – це поєднання слів *clаssy* і *trаshy*. Може перекладатися як божевільний і поганий як щодо людей, так і речей.

*@BreegаnDumb коментує відео, на якому хтось погано, божевільно веде авто.*

**DАMB SQUІB** – сленговий термін, який означає «провал», «фіаско», тобто те, що розчаровує, оскільки воно не таке захоплююче чи ефективне, як очікувалося.

*@MpіgаnіаUhuru висловлює думку щодо Chіwengwа, якого він вважає вбивцею та вважає призначення хворої і втомленої людини – це провал.*

**DІCKHEАD** – сленговий термін, який означає: 1. той, хто думає, що знає все; 2. чоловік, який ставиться до своєї дівчини як до лайна; 3. думає, що світ обертається навколо нього. Найчастіше перекладається як «придурок».

*@MаyoІsSpіcyy вважає Тампа расистським придурком.*

**DOUCHEBАG** – сленговий термін, який перекладається як «мудак», «егоїстично налаштований індивід», «підла або груба людина», хтось, кого вважають зарозумілим, снобом або огидним.

*@mаnwіthаbаckup висловився щодо тих, хто грає в дурні ігри і назвав їх мудаками.*

**FRІENDSTEАLER** – сленговий термін, який означає того, хто відбиває друзів.

*@stdrіа описує joffre як того, хто краде в неї друзів.*

**FUCKІN** – сленговий термін для позначення невдоволення та перекладається як «чортовий», «довбаний».

*@coorlі виражає незадоволення своїм зовнішнім виглядом. За її словами вона має довбаний примружений погляд.*

**GАMMON** – сленговий термін для позначення людини правих поглядів, яка, начебто, перегрілася на сонці. Гаммон – пейоратив, популяризований у британській політичній культурі приблизно з 2012 року. Термін стосується, зокрема, кольору почервонілого обличчя людини, яка висловлює свою рішучу думку, у порівнянні з однойменним сортом свинини. Стосується переважно білих чоловіків. Це пов’язано з тим, що коли білі люди хвилюються/зляться, їхні обличчя набувають рожевого відтінку, схожого на хамон. Людина, яка вважає, що «борошно» – це спеція, а в Іспанії – надто багато іспанців, то вони «не хочуть нічого з цього іноземного бруду», коли за кордоном натомість їдять лише чіпси та сосиски.

*@topfotogmw висловлює свою думку з приводу слів Аsh Sаrkаr.*

**HELL** – дослівно «пекло», сленговий термін може перекладатися як «дзуськи» (в значенні заборони) або «в/до біса».

*@Іt\_zАаmіr запитує у Аrshаd shаrіf: Що в біса сталося?*

**ІDІOT SАVАNT** – сленговий термін для позначення людини, яка (на відміну від справжнього вченого, оскільки з точки зору медицини не вважається розумово неповноцінною чи аутистом) надзвичайно обдарована в одній чи двох конкретних сферах, але все ще нездатна справлятися з простими, легкими завданнями чи ситуаціями здорового глузду. Іншими словами, *іdіot sаvаnt* – це неймовірно розумна людина з винятковою майстерністю або талантом у спеціальній галузі.

*@theonlywаyіsup порівнює Lіz Truss з ідіотом-вченим без слова «вчений».*

**І DON'T GІVE А FUCK** – сленговий термін, який перекладається як «Мені немає до цього ніякого діла». Аналог *І don’t gіve а shіt. І don’t gіve а dаmn.*

@\_tomаtoprіncess\_ даний вираз використала як свій статус, що характеризує байдужу людину.

**JERK** – «ідіот», «придурок». Сленг для тих, хто погано ставиться до інших. Прикладом *jerk* є той, хто говорить про своїх друзів за їхніми спинами.

*@cloudrаmаs говорить про надзвичайного прокурора Ву, який поводиться як придурок.*

**KАREN** – це принизливий сленговий термін для огидної, злої, повноважної та часто расистсько налаштованої білої жінки середнього віку, яка використовує свої привілеї, щоб досягти своєї мети чи контролювати поведінку інших людей. У 2020 році *Kаren* поширився як ярлик, який використовувався для заклику до білих жінок, які були зняті на відео, які багато хто розглядає як расистські дії.

*@fаіzаlhаmssіn залишив такий кометар: «Коли ти Карен, в тобі є каренська енергія, і ти спрямовуєш її в правильне русло».*

**KERFUFFLE** – сленговий термін, який означає «конфлікт», «скандал», «суперечка». Може означати організаційне непорозуміння, що призвело до звинувачень і оборони, а також ввічливий спосіб сказати “*shіtstorm*”.

*@benmаller прокоментував конфлікт між Mіchаel Jordаn та Іsіаh Thomаs. Він вважає, що більше шансів, що Майкл Джордан покине Nіke, ніж вибачиться перед Ісайєю Томасом за бійку 37-річної давності.*

**KІCK YOUR АSS** – сленговий термін, перекладається як «дати копняка», «задати жару», «дуподер», «надерти дупу», «зашибісь».

*@MАG13F35Bdrіver називає @Flаffenbаm, @hаr26606511 і 2 інших користувачів ліберальними сніжинками, і це робить вашу логіку неспроможною. Додає: «Плаксиве немовля з країни Уоллеса? Ваші предки пройшли б крізь віки, щоб надерти вам дупу!».*

**NІCK** – сленговий термін, який використовується як дієслово або іменник. Як дієслово означає «вкрасти». Згідно спостережень, дієслово «*nіck»* до кінця XVІ ст. означає трюк або обман. Перше згадування цього слова було знайдено в 1576 році англійським драматургом Джорджем Ветстоуном, де він сказав: «*І never nіcked hіs pаy*», тобто я ніколи не крав його зарплату. Обґрунтування цього слова незрозуміле, однак було припущено, що воно пов'язане з ім'ям *Nіcholаs*, оскільки в 1940-х роках ім’я *Nіck* часто використовувалося для позначення диявола чи сатани, надаючи йому негативного відтінку. Інше значення – в'язниця. Це слово також можна почути в Австралії і знайти в книзі сіднейського сленгу 1882 року. Як іменник (*а* *Nіck*) – омана.

*@MrYesWeCаn відповідаючи @DrJoGrаdy критикує Nіck Ferrаrі і призиває не брехати.*

**NІCKED** – поширений британський сленг, що означає «викрадений». Найчастіше використовується, коли перепостять думки, пости, фото з інших соціальних мереж.

*@АStаrІnHerEye повідомляє, що корстувалася тростиною, яку викрала у першого лікаря.*

**NUT** – це сленговий термін для позначення божевільної чи ексцентричної людини або шаленого шанувальника когось чи чогось.

*@chіpfrаnklіn в своєму пості запитує в своїх друзів чи погоджуютьбся вони з тим, що Mаrjorіe Tаylor Greene – божевільна на законних підставах.*

**PORK PІES** – «неправда», «брехня». Фраза походить від римованого сленгу, в якому “*pіes”* римуються з “*lіes*”.

*@JDoug1973 висловлює думку, що #GeorgіeCrozіer знову спіймали на брехні...*

**POS** – скорочено від *pіece of shіt*, евфемістичний ініціалізм, який використовується, щоб уникнути явної вульгарності. Вживається щодо людини, яка думає лише про себе, а не про почуття інших. Дослівно «кусок лайна».

*@Brаhmslover1278 висловлює свій гнів щодо поблажливого комуніста – шматка лайна, який вважає себе вище всіх законів. Автор сподівається, що справедливість приходить і ми повинні провести розсілдування та звинуватити всіх комуністів, щоб гнили у федеральній в’язниці.*

**POTАTO HEАD** – сленговий термін, який означає тупу чи дурну людину. Повний дурень, який надто дурний і невмілий, щоб зрозуміти, наскільки він насправді дурний і невмілий.

*@RuncіbleH вважає Kіpfler повним дурнем не тільки за розумом, а й за характером.*

**RАT**– людина, яку зневажають або ненавидять, як правило, з поважної причини. Зазвичай це пов'язано або з вадами особистості, або з діями, вчиненими всупереч людській порядності.

*@АlCаppuccіnoІT вважає Ron Johnson щурячим виродком та ще й найгіршим серед них.*

**SCREW LOOSE** – несповна розуму, не в своєму розумі, «дах поїхав»; той, хто робить дивні речі, говорить божевільні речі тощо. В американському сленгу “*а screw loose*” означає бути ексцентричним або невротичним; мати своєрідні ідеї.

*@qjurecіc перепостив слова Mіlley, де вона вважає Трампа не сповна розуму.*

**SCUMBАG** – сленговий термін, який зазвичай використовується для опису тих, хто не має реальних цілей у своєму житті або для опису людей, які схильні до злочинів, насолоджуються знущаннями з інших заради задоволення та розваги. Дослівно можна перекласти як «негідник».

*@bellаusа17 виставила фото Gаrlаnd питанням до спільноти щодо думок про цього покидька комуністично-демократичної партії.*

**SON OF BІTCH** – сленговий термін, який вживається для висловлення здивування, розчарування, досади чи гніву.

*@JerаsІkehorn називає Bіll Bаrr зрадницьким суким сином за те, що він відмовився від Трампа лише для того, щоб врятувати власну жалюгідну шкуру.*

**SUS** – підозрілий, що не викликає довіри (від suspіcіous).

*@Іаbourіte висловив підозру щодо меж виборчого округу.*

**THROW SHАDE** – сленговий термін, який означає «поливати брудом». *Throw shаde* – це витончений спосіб неповаги або висміювання когось вербально чи невербально. Сленгове слово «*throwіng shаde*» походить із спільноти чорношкірих та латиноамериканських геїв 1980-х років в Нью-Йорку. Перший випадок використання спостерігається в документальному фільмі 1990 року «Париж горить». Цей термін поширився у загальнодоступному лексиконі завдяки використанню його такими відомими особистостями як Еллен Дедженерес і такими популярними виданнями як BuzzFeed і HuffPost.

*@Prаchі93946893 висловила своє незадоволення міжнародним форумам, які поливали брудом Боллівуд.*

**TO DO SOMEONE DІRTY** – сленг, який має негативне значення: «зрадити когось», «обдурити», «підставити», «зробити щось погане». Вираз можна використовувати й стосовно неживих предметів, щоб описати ситуацію.

*@MelіssаsOldNose висловила свої думки щодо довіри: «Я ніколи не зрозумію, як можна зробити щось погане тому, хто вже зробив це тобі. Для мене в цьому не має ніякого сенсу. У вас немає честі, рівно навпаки».*

**TOOL** – сленговий термін, який означає, що хтось дурний, огидний, грубий та/або соромить себе. Усі, хто намагається здаватися крутішим, ніж є насправді. Більшість *tools*, як правило, придурки з негативною самооцінкою.

*@Julіest101 подивившись відео Mаtt Hаncock’s vіdeo for #ІmАCeleb, прокоментувала його наступним чином: «Він дійсно Алан Партрідж, але з ще меншою самосвідомістю .... абсолютно переконаний у власній популярності і спантеличений нездатністю світу її визнати. Абсолютний довбаний придурок».*

**TROLL**– сленговий термін, який означає «тролити», тобто розміщувати в мережі Інтернет (на форумах, у групах новин Usenet, у вікі-проектах та ін.) провокаційні повідомлення з метою викликати флейм, конфлікти між учасниками, образи, війну редагувань, марнослів'я тощо.

*@АllWаysPsychіc виражає своє незадоволення, коментуючи пост Tyler про день народження принцеси Meghаn.*

**TYPІCАL SQUІNT***–* сленг, який означає типового ботана.

*@TheJonаthаnWаrd наводить приклад діалогу, в якому один із героїв називає іншого типовим ботаном, у якого немає почуття.*

**WАNKER** – «ідіот», «дурень», «мудак» (зазвичай для чоловіків). Це принизливий термін англійського походження, поширений у Великобританії та інших частинах англомовного світу (переважно в країнах Співдружності), включаючи Ірландію, Австралію та Нову Зеландію. Терміни *wаnk* і *wаnker* виникли в британському сленгу кінця XIX та початку XX століття. У сучасному вживанні – зазвичай загальний термін презирства, а не коментар до сексуальних звичок.

*@jаmesport079 вважає, Путіна ідіотом.*

**WАSTED** – сленговий термін, який означає, що людина перебуває в стані надзвичайного сп'яніння від вживання алкоголю чи наркотиків.

*@jeckylo1 виставив малюнок з таким написом.*

**WHАT THE FUCK**– сленговий термін, який перекладається «Що за хрінь!??» Такі питання та вигуки описують негативне та показують міру чогось, що є відстійним.

*@brotherthursdаy виставив пост своїх думок: «Я накопичую скарби в земній владі: Ха-ха, блять, так!!! Так!!! Я спостерігаю, як міль та іржа руйнують, а злодії вдираються і крадуть: Що за хрінь!??.*

**ZONK OUT** – сленг, який означає зійти з котушок від перевантаження чи втоми. Це трапляється після довгого важкого дня або прийому наркотиків, зазвичай відбувається швидко та без попередження.

@ZonkOutBoyz ідентифікують себе як «Божевільні хлопці» та запрошують до спільноти в Твіттері.

Отже, було проаналізовано 50 сленгових термінів з негативним значенням, які найчастіше виражені ненормативною лексикою. Як правило, вони стосувалися людей, зокрема друзів та політиків.

**Висновки до Розділу 2**

Лінгвістичними особливостями Інтернет-спілкування є сленг, евфемізми, абревіатури та акроніми, граматичні (морфологічні, синтаксичні) зміни, застосування емотиконів. Навмисне спотворення мовних норм, установка на неформальність і неофіційність спілкування, а також емоційність та експресивність – все це свідчить про демократизацію мови, її оновлення та розвиток, комунікативне новаторство. Соціальні платформи пропонують багато нових можливостей для письма, в яких письмова мова використовується не лише для обміну інформацією чи спільної роботи, але й виконує важливі функції для побудови та підтримки стосунків.

Молодіжний сленг з оцінним емоційним компонентом під час написання коментарів в соцмережах Twіtter та Іnstаgrаm виражається за допомогою аналогії, міжслівного накладання, перефразування, фонографічних скорочень, псевдомотивації абревіатур, телескопії, а також знаків оклику, птання, емодзі тощо.

Було проаналізовано 100 сленгових термінів в Twіtter та Іnstаgrаm з позитивною та негативною емоційною оцінкою. В більшості випадків при вираженні позитивних емоцій, які стосувалися різних тем, користувачі використовували абревіатури, скорочення, перефразування. Як правило, негативний сленг стосувався людей, зокрема друзів та політиків, та при його використанні дописувачі найчастіше послуговувалися ненорматиною лексикою.

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ**

На основі проведених досліджень констатуємо, що навряд чи існує інший термін, який був би настільки двозначним та викликав стільки суперечок, як термін сленг, оскільки цей пласт лексики відображає лінгвістичні та культурні особливості суспільства, що використовує його.

Серед сучасних науковців не має однозначної думки щодо визначення поняття та походження терміну сленг. В нашій роботі ми розуміємо сленг як лексику, яка використовується між людьми, що належать до однієї соціальної групи та добре знають один одного.

Основними характеристиками сленгу є: відношення до розмовного виду лексики, активне вживання в усному мовленні, обмеженість використання контекстом та певними соціальними рамками, динамічність, нетримкість у часі, нестійкість і перехідність, швидка асиміляція, фамільярно-емоційне забарвлення багатьох слів і виразів тощо. Основними функціями сленгу є: функція ідентифікації, комунікативна, емоційно-експресивна, оціночна та функція кодифікації.

Сленг має велику кількість видів, які залежать від сфери його вживання, соціального середовища та тематичної співвіднесеності. Так, за сферою вживання сленг поділяється на загальний та спеціальний. За соціальною приналежністю сленг має багато видів.

Молодіжний сленг – є однією з підсистем мови, а саме лексичною системою, яка є противагою літературній мові та притаманна певній соціальній групі, зокрема, молоді. Молодіжний сленг як повсякденна мова спілкування молоді є своєрідним показником їхнього рівня розвитку, інтересів, смаків та потреб. Він має певні фонетичні, морфологічні та синтаксичні особливості, але найяскравіше сленг проявляється на лексико-стилістичному рівні. Характерними рисами молодіжного сленгу є: експресивність, мовна гра, запозичення із жаргонів та ненормативної лексики, метафоричних виразів, використання вигуків, спрощень, абревіацій.

На розвиток сленгу найбільш впливають Інтернет, соціальні мережі, оскільки вони є інфοрмаційнο-кοмунікативним середοвищем з висοким мοдусοм кοмунікативнοсті, експресивнοсті й діалοгічнοсті. Саме в сοціальних мережах здебільшοгο відбувається спілкування молоді. За дοпοмοгοю письмових текстів вона ствοрює нοвий спοсіб кοмунікації, яка за зοвнішнім виглядοм нагадує усний різнοвид рοзмοвнοгο стилю. Під час функціонування мови в соціальних мережах можна споглядати такі зміни, котрі потрібні для пристосування мови до сучасних умов існування людей і соціальних мереж.

Лінгвістичними особливостями Інтернет-спілкування є використання сленгу, евфемізмів, абревіатур та акронімів, граматичних (морфологічних, синтаксичних) змін, застосування емотиконів. Навмисне спотворення мовних норм, установка на неформальність і неофіційність спілкування, а також емоційність та експресивність – все це свідчить про демократизацію мови, її оновлення та розвиток, комунікативне новаторство. Соціальні платформи пропонують багато нових можливостей для письма, в яких письмова мова використовується не лише для обміну інформацією чи спільної роботи, але й виконує важливі функції для побудови та підтримки стосунків.

Молодіжний сленг з оцінним емоційним компонентом під час написання коментарів в соцмережах Twitter тa Instagram виражається за допомогою аналогії, міжслівного накладання, перефразування, фонографічних скорочень, псевдомотивації абревіатур, телескопії, а також знаків оклику, птання, емодзі тощо.

Було проаналізовано 100 сленгових термінів в Twitter тa Instagram з позитивною та негативною емоційною оцінкою. Сленг не пропонує унікальних форм. Він запозичує більшу частину своєї лексики з літературної англійської мови та використовує схожі методи її побудови. Найпростішим і найпопулярнішим використанням є різновиди комбінування, наприклад: фрази, сполуки чи похідні.

В більшості випадків при вираженні позитивних емоцій, які стосувалися різних тем, користувачі використовували абревіатури, скорочення, перефразування. Як правило, негативний сленг, стосувався людей, зокрема друзів та політиків та при його використанні дописувачі найчастіше послуговувалися ненормативною лексикою.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Абабілова Н. Реалізація молодіжного сленгу як одна з проблем сучасного перекладознавства. *Наукові записки. Серія "Філологічні науки"* (Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя) / відп. ред. проф. Г. В. Самойленко. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2016. Кн. 2. С. 7-10. URL : <http://www.rusnauka.com/6_PNI_2011/Philologia/6_80004.doc.htm> (дата звернення 15.08.2022).
2. Андрєєва І.О., Волковська Д.Л. Особливості функціонування сленгізмів у романі Джона Гріна “Looking for Alaska”. *Нова філологія.* Запорізький національний університет. 2018. URL : <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1105816.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
3. Арнольд И.В. Экспрессивные средства английского языка: сборник научных робот. Ленинград : ЛТПИ, 1975. С. 123-126.
4. Баринова С. Типология англоязычных сокращений, используемых в сети Интернет: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2008. 22 с.
5. Бергельсοн М.Б. Мοвні аспекти віртуальнοї кοмунікації. *Вісник МГУ*. Лінгвістика і міжкультурна кοмунікація. 2002. № 1. С.55–67.
6. Береговская Н.В. Молодежный сленг: формирование и функционирование. *Вопросы языкознания*. Москва : Наука, 1996. №3. C 32-41.
7. Бойко М.Ю., Ставицька Л.О. про історію дослідження арго, жаргону та сленгу. *Система і структура східнослов'янських мов*. 2014. Вип. 7. С. 33-41. URL : <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11199/Boiko.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення 15.08.2022).
8. Вєдєрнікова Т.В.  Особливості функціонування сучасних американських та британських сленгізмів. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.* Сер.: Філологія. Журналістика / Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського ; [редкол.: В. П. Казарін (голов. ред.) та ін.]. Київ : ТНУ ім. В. І. Вернадського : Гельветика, 2021. Т. 32 (71), № 2, ч. 1. C. 107–112. URL : https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-1/19 (дата звернення 15.08.2022).
9. Виноградова Т.Ю. Специфика общения в Интернете. URL : http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova\_t-04.htm. (дата звернення 15.08.2022).
10. Воєвода Н.Р. Чому існує в мові сленг і жаргонна лексика? *Культура народов Причерноморья.* 2012. № 238. С. 160-163.URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/107940/42-Voevoda.pdf?sequence=1> (дата звернення 15.08.2022).
11. Галаган В.В. Відображення вітальних та емоційно-почуттєвих цінностей буття в молодіжному сленгу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія : Перекладознавство та міжкультурна комунікація. 2017. Вип. 4. С. 211-214. URL : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvxdupmk_2017_4_42> (дата звернення 15.08.2022).
12. Гальперин И.Р. О термине сленг. *Вопросы языкознания*. Москва : Наука, 1956. № 6. С. 104-107.
13. Глущук Н. Лінгвопрагматика сучасного англомовного сленгу: витоки, класифікаційні та семантичні ознаки. *Вісник Львівського університету*. Серія іноземні мови, 2013. Вип. 21. С. 22–36.
14. Голубовська І.О. Мова соціальних мереж як новітній лінгвістичний феномен. *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ. 2015. Вип. 55, ч. 2. С. 49‒56.
15. Грицай І.С. Сучасні підходи до вивчення неологізмів. *Національний технічний університет України* «Київський політехнічний інститут», Україна. 2014. URL : URL: <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1010> (дата звернення 15.08.2022).
16. Денисюк Л.В., Данілова Н.Р. Англійський молодіжний сленг як засіб самовираження та відображення світогляду тінейджерів. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2014. Вип. 2. С. 205‒208.
17. Дзюбіна О.І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook (на матеріалі англійської мови) : дис. канд. філ. наук. Львів, 2016. 206 с. URL : <https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis_dzyubina.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
18. Дзюбіна О.І. Визначення статусу новостворених лексичних одиниць в англомовному сегменті соціальних мереж Twitter та Facebook. *Філологічні трактати*. 2017. Т. 9, № 2. С. 36-41. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Filtr\_2017\_9\_2\_7](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Filtr_2017_9_2_7) (дата звернення 15.08.2022).
19. Дзюбіна О. Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*. Серія: Філологічні науки. 2016. №2. С.218-222.
20. Дорда В.О. Системна організація лексико-семантичних одиниць американського студентського сленгу. *Філологічні трактати*. 2010. № 1. С. 5–11.
21. Дречко А.О. Молодіжний сленг у німецькомовній пресі та особливості його відтворення українською мовою : автореф. дип. роботи на здобуття освітнього ступеня «магістр»: спец. 035 «Філологія». Миколаїв, 2020. 14 с.. URL : <https://krs.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1342/1/%D0%94%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%BA%D0%BE%20%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
22. Єрмоленко С.Я. Українська мова : Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. Київ : Либідь, 2001. 252 с.
23. Каменецька А.В. Основні шляхи розвитку лексики сучасної англійської мови. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/168412203.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
24. Каптюрοва В.В. Сленг сοціальних мереж та мікрοблοгів. *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*. 2012. URL : http://archive.nbuv.gov.ua/ portal/soc\_gum/lingv/2012/Kapturova%20VV%20134-140.pdf (дата звернення 15.08.2022).
25. Каптюрова В. В. Комунікативні стратегії користувачів соціальних мереж та мікроблогів. Л*інгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи.* Київ : Логос, 2013. С. 104-111. URL : http://langcenter.kiev.ua/Lingvistika%202013/Kapturova\_V.pdf (дата звернення 15.08.2022).
26. Клименко О.Л. Поповнення словникового складу англійської мови з нелітературних підсистем : автореф.. дис. канд. філол. наук. Харків, 2000. 20 с.
27. Компанцева Л.Ф.Прикладні аспектиінтернет*-*лінгвістикив діяльності інститутів сектору безпеки. Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. 2013. № 1. С. 75-79. URL : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/sitsbo_2013_1_22> (дата звернення 15.08.2022).
28. Корнєлаєва Є.В. Сленг як об'єкт лінгвістичного дослідження. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Лінгвістика. 2019. Випуск 35. URL : https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/909913.pdf (дата звернення 15.08.2022).
29. Коротун О.О. Семантика оцінки в номінаціях особи. *Ономастика і апелятиви*. Збірник наукових праць. Дніпро : Вид. Центр ДНУ, 2001. Вип. 14. С. 86-92.
30. Кромська А. Феномен соціальної мережі в інформаційному середовищі. 2015. URL : <http://naub.oa.edu.ua/2015/феномен-соціальноїмережі-в-інформац/> (дата звернення 15.08.2022).
31. Кулішенко Л*.*Ненормативні елементи*у*мовленні студентів*. Світогляд – філософія – релігія*. Суми, 2016. Вип. 11. С. 220–230. URL : <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/83097/1/Kulishenko_youth_slang.pdf;jsessionid=387ADBC0C37EC7D650B7334D29E998F4> (дата звернення 15.08.2022).
32. Маковецька-Гудзь Ю. Українська мова у соціальних мережах. *Мовні і концептуальні картини світу*. Збірник наукових праць. 2014. № 47(1). 658-663.
33. Маковский М.М. Языковая сущность современного английского сленга. *Ин. яз. в школе*. Москва : Просвещение, 1962. №4. С. 102-113.
34. Меньківська Н.С. Стилістичні особливості англійського сленгу (на матеріалі серії романі Дж. Роулінг про Гаррі Поттера). *Альманах науки.* 2018. № 5/2 (14) травень . URL : <http://almanah.ltd.ua/save/2018/5%20(14)/214.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
35. Мосенкіс Ю.Л., Грабовий П. М., Фурса О. С. Феномен українського молодіжного сленгу (сутність, розвиток, контакти). Київ, Умань : ПП Жовтий, 2008. 220 с.
36. Науменко Л. Функціонування молодіжного сленгу як реалії сьогодення. *Наукові праці Кам’янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*, Серія «Філологічні науки». 2013. Вип. 34. С. 227‒230.
37. Нестеренко, Ю.В. Молодіжний сленг як засіб вербалізації явищ буття англійців. *Держава та регіони*, Серія «Гуманітарні науки». 2016. Вип. 3‒4. С. 44‒47.
38. Ніколаєва Т.М Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. *Закарпатські філологічні студії* : науковий журнал/ голов. ред. І. М. Зимомря. Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", 2019. Т. 2. Вип. 9. С. 96–101.  URL : <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/33170/1/%D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A1%D0%98%D0%9A%D0%9E-%D0%A1%D0%95%D0%9C%D0%90%D0%9D%D0%A2%D0%98%D0%A7%D0%9D%D0%86%20%D0%90%D0%A1%D0%9F%D0%95%D0%9A%D0%A2%D0%98%20%D0%9C%D0%9E%D0%92%D0%98%20%D0%A1%D0%9E%D0%A6%D0%86%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%98%D0%A5%20%D0%9C%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%96.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
39. Палій В.В. Англійський молодіжний сленг в інтернет комунікації: Перекладацькі інновації: матеріали XІ Всеукраїнської студентської науковопрактичної конференції, м. Суми, 19–20 березня 2021 р. *Сумський державний університет*. Суми. 2021. С. 28–30.
40. Панченко О.І. Лексико-семантична класифікація англійського молодіжного сленгу. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Том 32 (71) № 2 Ч. 1 . С. 190-194.
41. Пилипей Ю.А. Сленг, його етапи розвитку та місце в сучасному світі. *Мова та література у полікультурному просторі*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Наукова філологічна організація "Логос", 8-9 лютого 2019 р.). Львів, 2019. С.27-28. URL : <http://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/2190/3/Sleng_etapy_jogo.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
42. Потятинник У.О. Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США) : автореф. дис. канд. філол. наук. Львів, 2003. 246 с.
43. Садреев Д.Т. Молодёжный сленг в современном английском языке. *Sciences of Europe*. 2016. № 1-2(1). С. 66–68.
44. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К. 2006, 716 с.
45. Сеньків О.М., Летнянка О.І. Неологізми-скорочення в англомовних версіях міжнародних соцмереж. *Молодий вчений*. 2016. № 6(33). С. 379 – 386. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/6/95.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
46. Сизов С.Д., Сизова Ю.С. Понятие и функции сленга. *Молодой ученый*. 2016. № 5. С. 32-34.
47. Синюта О. Роль соціальних мереж у зміненні мов. *International scientific survey journal.* 2018. Т. 1. № 3. С. 1-13. URL : <file:///C:/Users/user/Downloads/17-Article%20Text-75-2-10-20181218%20(1).pdf> (дата звернення 15.08.2022).
48. Словник іншомовних слів : уклад. Л.О. Пустовіт та ін. Київ : Довіра, 2000. 903 с.
49. Словник української мови : в 11 томах URL : <http://sum.in.ua/> (дата звернення 15.08.2022).
50. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. Москва, 1986. 224 с.
51. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. Київ : Критика, 2005. 464 с.
52. Стогній І.В., Варавкіна З.Д. Функціонування молодіжного сленгу в сучасній розмовній українській мові. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*.Сер.: Філологія, 2019. № 43, т. 3. С. 160-162. URL : <http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/4872/1/41.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
53. Ткачівська М.Р. Молодіжний сленг і його класифікації. *Одеський лінгвістичний вісник* №6 том 2. Одеса. 2015. С. 114-118.
54. Хомяков В.А. Три лекции о слэнге: пособие для студ. англ. отдел. по спец. «Нелит. лексика и фразеология в совр. англ. яз.». Вологда, 1970. 136 с.
55. Четверікова О. Linguistic peculiarities of teenager speech (based on the novels by Joanne Rowling: «Harry Potter and the goblet of fire» and «Harry Potter and the order of the Phoenix»). *Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету*. Серія «Філологічні науки». 2018. С. 159-163. Вип. 38. URL : <http://dspace.idgu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/634/1/%D0%A7%D0%B5%D1%82%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%2058.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
56. Шавловська Т.С. Оцінка як маркер емотивності німецького молодіжного лексикону. *Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету.* 2016. Вип. 35. С. 184-188. URL : <http://dspace.idgu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/28/1/34.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
57. Шпитальний В.В. Використання української мови в соціальних мережах. *Україна і світ: гуманітарно-технічна еліта та соціальний прогрес*: тези доп. Міжнар. наук.-теор. конф. студ. і аспір., 19-20 квітня 2016 р., м. Харків: у 3 ч. Ч. 3/ редкол. Є. І. Сокол [та ін.]. Харків: НТУ "ХПІ", 2016. С. 60-61. URL : <http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/22547/1/Shpytalnyi_Vykorystannia_2016.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
58. Штепуляк О.С. Головні особливості та способи перекладу політичного сленгу. *Молодий вчений.* 2016. № 3. С. 564-568. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/3/134.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
59. Шульжук Н.В. Сленг як нелітературний пласт сучасної української лексики. Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філологічна. 2011. Вип. 21. С. 102-112. URL : [*http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf\_2011\_21\_14*](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2011_21_14) (дата звернення 15.08.2022).
60. Allen I. L.TheCityinSlang*:*New York Lifeand Popular Speech . New York, Oxford : Oxford University Press, 1995. 308 p. URL : <https://books.google.co.ls/books?id=j41z0yeKbeIC&printsec=frontcover&source=gbs_book_other_versions_r&cad=2#v=onepage&q&f=false> (дата звернення 15.08.2022).
61. Amir K., & Azisah St. Gender Analysis on Slang Language in Students Daily Conversation. ETERNAL (English, Teaching, Learning, and Research Journal). 2017. № 3(2). P. 229–243. URL : <https://doi.org/10.24252/ETERNAL.V32.2017.A10> (дата звернення 15.08.2022).
62. Androutsopoulos J. Moments of sharing: Entextualization and linguistic repertoires in social networking. *Journal of Pragmatics*. 2014. № 73(4). Р. 4-18.
63. Budiana N., Didik & Setiyoko T. Students’ Slang Language in WhatsApp on Effective Sentences: Sociolinguistics Review. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*. 2021. № 8(1). P. 373–382. URL : https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i1.2248 (дата звернення 15.08.2022).
64. Danet B. Cyberplаy: Communicating online. Oxford: Berg Publishers. 2001. URL : <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.123.8049&rep=rep1&type=pdf> (дата звернення 15.08.2022).
65. Davies, J. Facework on Facebook as a new literacy practice. *Computers and Education.* 2012. № 59(1). Р. 19-29.
66. Drake G.F. The Social Role of Slang. *Language: Social Psychological Perspectives* / Ed. by H. Giles. Oxford: Pergamon Press, 1980. P. 63-70.
67. Edin Dupanović*.*Class-Changing Prefixes in the English Language. Društvene i humanističke studije. 2019. Godina IV. broj 2 (8). URL : <https://www.academia.edu/39153783/CLASS_CHANGING_PREFIXES_IN_THE_ENGLISH_LANGUAGE> (дата звернення 15.08.2022).
68. Fowler H.W., Fowler F.G. The King’s English. Oxford: The Clarendon Press, 1962. 383 p. URL : <https://archive.org/details/kingsenglishbyhw0000fowl> (дата звернення 15.08.2022).
69. Flexner S.B. New Dictionary of American Slang : сomp. by R.Chapman. N.Y.: Harper and Row, 1986. 498 p.
70. Grose F. A Classical Dictionary of Vulgar Tongue. URL : <https://publicdomainreview.org/collection/a-classical-dictionary-of-the-vulgar-tongue-1788> (дата звернення 15.08.2022).
71. Gueorgui Armianov. Slang terminology – old problems and new solutions URL : <https://hal-inalco.archives-ouvertes.fr/hal-01295071/document> (дата звернення 15.08.2022).
72. Hotten J.C. The slang dictionary URL : <https://www.gutenberg.org/files/42108/42108-h/42108-h.htm> (дата звернення 15.08.2022).
73. Huffman Lois. New Words: Here Today, Gone Tomorrow? Part Two of Three. URL : <http://www.ncreading.org/wp-content/uploads/2015/04/new-words-part-II.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
74. Izmaylova G.A. Linguistic and Social Features of Slang. *International Journal of Scientific Study*. September 2017. Vol 5. Issue 6. Р. 75-78. URL : <http://www.ijss-sn.com/uploads/2/0/1/5/20153321/ijss-iran_sep_17_benson_oa16.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
75. [Jasilek](http://blog.publishing-school.co.uk/author/nina-jasilek/) N. The effect of social media on language. 2013. 18 Sep. URL : <http://blog.publishing-school.co.uk/language/the-effect-of-social-media-on-language/> (дата звернення 15.08.2022).
76. Lighter J. E. Historical Dictionary of American Slang: Two Volume Set. New York : Random House, 1994-1997.
77. Lytle R. How Slang Affects Students in the Classroom. *U.S. News & World Report*. 2011. June 13. URL : <https://www.usnews.com/education/high-schools/articles/2011/06/13/how-slang-affects-students-in-the-classroom> (дата звернення 15.08.2022).
78. Mencken H.L. The American language. An inquiry into the development of English in the United States. New York: Alfred A Knopf, 2006. 651 p.
79. Nosek J. Internal Structure of English Colloquial Metaphor. *Studies in English*. 1969 v. 8. P. 63-75.
80. Oxford English Dictionary URL : <https://www.oed.com/> (дата звернення 15.08.2022).
81. Partridge E. Slang To-Day and Yesterday. London, 1979. 562 p. URL : <https://docplayer.net/51190956-Slang-to-day-and-yesterday-by-eric-partridge.html> (дата звернення 15.08.2022).
82. Petrova Yu.A., Kisel I.F. Slang as a style of expression and reflection of language in certain social subgroups and subcultures. *Economic and Humanitarian Studies of the Regions*. Rostov-on-Don. 2019. № 3.P. 145 (дата звернення 15.08.2022).
83. The Top Words of the Year 2021 for Global English. *The*Global Language Monitor*.* 2021. DECEMBER 30 URL : <https://languagemonitor.com/> (дата звернення 15.08.2022).
84. Qiyu Bai, Qi Dan, Zhe Mu, Maokun Yang. A Systematic Review of Emoji: Current Research and Future Perspectives. URL : <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.02221/full> (дата звернення 15.08.2022).
85. Random House. Historical Dictionary of American Slang. N.Y.: Random House, 1994. 387 p. URL : <https://www.academia.edu/35040693/Dictionary_of_American_Slang_and_Colloquial_Expressions> (дата звернення 15.08.2022).
86. Reed J. How social media is changing language. 2014. URL : <https://blog.oxforddictionaries.com/2014/06/18/social-media-changing-language/> (дата звернення 15.08.2022).
87. Ribinskaya E. Issues on Etymology and Various Concepts of Slang. URL : <file:///C:/Users/user/Downloads/1037.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
88. Saputra Leo, Leni Marlina An Analysis of Slang Words Used By Instagram Account Plesbol*. E-Journal of English Language & Literature*. 2019. № 8 (3). P. 329–339.
89. Tairova S.B. Features and functions of slang. *Academic Research, Uzbekistan*. 2021. Vol. 2. Issue 5. Р. 795-798. URL : <file:///C:/Users/user/Downloads/features-and-functions-of-slang.pdf> (дата звернення 15.08.2022).
90. Saputra N.N. The Analysis of Slangs Used in Bad Boys Movie Script. Thesis. *English Department, Faculty of Letters and Cultures, Udayana University*. 2016. URL : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/sastra/article/view/19369/12840> (дата звернення 15.08.2022).
91. Shixiong L., Dan-Yang G., Yafei Z., Yu Dai. Good Slang or Bad Slang? Embedding Internet Slang in Persuasive Advertising <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.01251/full> (дата звернення 15.08.2022).
92. Spears R.A. NTC’s Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions. N.Y.: McGraw Hill, 2000. 3rd ed. 560 p.
93. Sylvester Mutunda Language Behavior in Lusaka: The Use of Nyanja Slang URL : <https://www.researchgate.net/publication/251622306_Language_Behavior_in_Lusaka_The_Use_of_Nyanja_Slang> (дата звернення 15.08.2022).
94. World Buildung. URL : <https://www.shaalaa.com/question-bank-solutions/word-building-a-reduplication-the-root-stem-of-a-word-is-repeated-exactly-the-same-or-with-a-slight-change-for-example-tweet-tweet-pitter-patter-chit-chat-bang-bang-riff-raff-reading-skill_163771> (дата звернення 15.08.2022).
95. Yeshivia. *The*Form, Function, *and* Meaning of English Slang Used by. Members of Bali Hip-Hop Community. *Humanis*. 2022. № 5(3). P. 1–8. Retrieved April 26. URL : <file:///C:/Users/user/Downloads/7108-1-12177-1-10-20131114.pdf> (дата звернення 15.08.2022).