

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ С.І. Сидоренко
« _____ » _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР

ЗА СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «ГЕРМАНСЬКІ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ
(ПЕРЕКЛАД ВКЛЮЧНО), ПЕРША – АНГЛІЙСЬКА»

Тема: *АНГЛІЙСЬКИЙ СЛЕНГ В ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ:
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ, ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ТА
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ*

Виконавець: студентка групи ФЛ-201«М» ПАЛІЙ ВАЛЕРІЯ ВАЛЕНТИНІВНА

Керівник: канд. філол. наук, доцент ПЛЕТЕНЕЦЬКА ЮЛІЯ
МИКОЛАЇВНА

Консультант розділу:

Розділ I. _____ (_____)

Розділ II. _____ (_____)

Нормоконтролер: _____ (Кондратенко Юлія Вікторівна)

Київ 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій

Кафедра англійської філології і перекладу

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ С.І Сидоренко

« _____ » _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи

_____ Палій Валерії Валентинівни _____

(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема дипломної роботи ____ Англійський сленг в інтернет-комунікації: структурно-семантичний, лінгвокультурний та лінгвопрагматичний аспекти ____

затверджена наказом ректора від « _____ » _____ 202__ р. № _____

2. Термін виконання роботи: з _____ по _____

3. Вихідні дані роботи: Мережевий сленг – це частково відкритий соціологічний мовний пласт ненормативно-знижених лексико-фразеологічних одиниць, який вживається інтернет-користувачами різних сфер діяльності та віку, характеризуються високим ступенем емоційно-експресивного забарвлення. Вибрані одиниці мережевого сленгу мають 7 функцій: звертання, приниження, створення дружньої атмосфери, висловлення вражень, вираження гніву та демонстрація довіри. Найбільш розповсюдженими шляхами формування сленгізмів є: основокладання; скорочення та афіксація. Сленгові одиниці відрізняються залежно від сфери діяльності інтернет-користувача та поділяються на загальноживані та спеціальні.

4. Зміст роботи:

Вступ

Розділ 1 Мережевий сленг як об'єкт лінгвістичного дослідження

Розділ 2 Методологія дослідження англійського інтернет-сленгу

Розділ 3 Особливості функціонування сленгової лексики у інтернет-мережі

Висновок

Список літератури

Додатки

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу:

Додаток А «Етапи наукового дослідження»; Додаток Б «Джерела сленгових одиниць»; Додаток В «Шляхи творення молодіжних сленгових одиниць»; Додаток Д «Співвідношення відсоткових показників кількості користувачів мережі Інтернет в США та Україні»; Додаток Е «Анкета»; Додаток Є «Способи утворення сленгових неологізмів соціальних мереж».

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Підготувати та узгодити розширений план-конспект дипломної роботи.	до 18.10	<i>Ю. М. М.</i>
2	Підготувати чорновий варіант роботи	до 18.11	<i>Ю. М. М.</i>
3	Урахувати рекомендації наукового керівника, опрацювати та внести результати додаткових досліджень, що проводилися під час переддипломної практики, підготувати чистовий варіант роботи.	до 26.11	<i>Ю. М. М.</i>
4	Оформити чистовий варіант роботи та подати його науковому керівникові для підготовки відгуку та організації рецензування.	до 05.12	<i>Ю. М. М.</i>
5	Подати роботу до комісії з попереднього захисту дипломних робіт.	до 10.12	<i>Ю. М. М.</i>
6	Подати остаточний варіант роботи в оправі, а також повний пакет супровідних документів на випускову кафедру.	за тиждень до початку роботи ЕК	<i>Ю. М. М.</i>

7. Консультація з окремого(мих) розділу(ів):

Назва розділу	Консультант (посада, ПІБ)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв

8. Дата видачі завдання: « _____ » _____ 2021 р.

Керівник дипломної роботи

Ю. М. М.
(підпис керівника)

Глетенюк Ю. М.
(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання

Ю. М. М.
(підпис випускника)

Ю. М. М.
(П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота «Англійський сленг в інтернет-комунікації: структурно-семантичний, лінгвокультурний та лінгвопрагматичний аспекти»: 103 с.; 3 діаграми; 2 таблиці; 1 графік; 101 літературних джерел.

Об'єкт дослідження: англійські одиниці мережевого сленгу, вилучені методом наскрізної вибірки з соцмереж «Instagram, YouTube, Facebook, Tik Tok», та чатів онлайн-ігор «Dota 2», та «League of Legends».

Мета роботи: визначення шляхів розвитку трансформаційних процесів, характерних для онлайн-спілкування у соцмережах, блогах та на ігрових платформах, що зокрема передбачає лексико-семантичний, структурний лінгвопрагматичний та синтаксичний аналіз мережевого сленгу із вказівкою на соціокультурний аспект.

Методи дослідження застосовані для втілення загальної мети та визначених завдань роботи. У дослідженні ми застосували комплексну методіку, яка передбачає застосування загальнонаукових методів індукції та дедукції, аналізу та синтезу, як провідних і основних прийомів опису та систематизації вибраних матеріалів. Специфіка роботи передбачає комплексне застосування таких методів лінгвістичного аналізу, як: *метод операціоналізації понять*, за допомогою якого ми визначили характеристики комп'ютерного сленгу та аспекти його функціонування, уточнили співвідношення лексичних одиниць, аналіз яких може пояснити причини та наслідки його виникнення. Зокрема ми дефініювали та чітко розмежували поняття «сленг», «жаргон», «арго» та «професіоналізм». Ми застосували *метод суцільної вибірки* під час пошуку одиниць нетспіку в соцмережах та онлайн-чатах, з метою проаналізувати лексико-семантичні, прагматичні та культурні особливості мережевого сленгу пошук стратегій, прийомів та способів його творення, а також особливостей функціонування сленгізмів в умовах сучасної інтернет-комунікації. *Класифікаційний аналіз* (для логічного розподілу структурно-семантичних, функціональних, лінгвопрагматичних та лінгвокультурних особливостей в окремі класифікації); *дистрибутивний аналіз* (для виявлення лексико-семантичних, морфологічних та синтаксичних прийомів та способів творення одиниць мережевого сленгу). За допомогою *контекстуального аналізу* ми дослідили смисловий аспект одиниць різних рівнів залежно від контексту

та умов спілкування та підбрали україномовні відповідники. *Порівняльний аналіз* форми та змісту одиниць мережевого сленгу та загальноживаної англійської мови; термінів «арго», «професіоналізм», «сленг», та «жаргон» використовувався для визначення девіативних процесів мережевого дискурсу в соцмережах та онлайн-платформах, зважаючи на лексико-граматичної норми сучасної англійської літературної мови. Зокрема, ми порівняли та розмежували вищезазначені поняття, які часто вважаються тотожними. З метою з'ясувати значення молодіжного онлайн-сленгу були застосовані *структурний та системний методи*, щоб дослідити форму та зміст сленгізмів. З метою дослідити прийоми творення одиниць нетспіку був використаний *дистрибутивний метод*, за допомогою якого ми здійснили їх розподіл, з урахуванням джерел формування, сфер вживання, моделі перекладу, функції сленгізмів, типів вибраних одиниць, шляхом аналізу контексту спілкування, тематики онлайн-платформ. *Компонентний аналіз* був застосований для виділення найменших смислових елементів значення та встановлення зв'язків між ними. *Метод контекстуально-ситуативного аналізу* задіяно для аналізу мовного та мовленнєвого матеріалу залежно від контексту та умов спілкування. *Метод кількісних підрахунків* дозволив відтворити частотну та перекладознавчу характеристики мережевого сленгу; та висвітлити результати проведеного опитування.

Результати магістерської роботи рекомендується використовувати під час розробки теоретичних та практичних курсів із загального мовознавства, практики усного перекладу, перекладознавства, лексикології, соціолінгвістики, комунікативної практики в публічному просторі, стилістики та основ міжкультурної комунікації. Опрацьований матеріал може бути використано в лексикографічних працях (під час укладання англійсько-українських словників та українсько-англійських словників), у науково-методологічній літературі. Зокрема, результати цього дослідження можуть бути корисними для написання курсових, бакалаврських та магістерських наукових робіт. Отримані дані щодо трансформації літературних правил вживання досліджуваних лексичних одиниць мають безпосереднє відношення до формування нових загальноживаних термінів, та активного поповнення сучасних словників новою лексикою; проаналізовані приклади вживання лексем в нехарактерних для них

граматичних функціях сприятимуть подальшому дослідженню широкої проблеми впливу інтернет-комунікації на культуру та розвиток українських і англійських користувачів. Зокрема, дипломна робота може бути використана працівниками кафедри англійської мови та перекладу для пояснення особливостей вживання сленових одиниць україномовними та англomовними користувачами інтернету, зокрема, причини та принципи формування сленгізмів. Аналіз дослідження студентами вищезазначеної кафедри сприяє розумінню шляхів поповнення загальноновживаної лексики сленговими одиницями та сприяє уточненню поняття сленг та способів його відтворення.

Ключові слова: мережевий сленг, інтернет-користувачі, You Tube, Tik Tok, Facebook, Instagram, Dota2, League of Legends, сленг, аргo, жаргон, професіоналізм, субстандарт, діджиталізація, соцмережі, літературна мова, трансформація, соціолект, сленгізм, експресивність, тренд, скорочення, кліпкове мислення, онлайн-чат, емоджі, геймер, нетспік, культура, повідомлення, коментар, канал.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1	10
МЕРЕЖЕВИЙ СЛЕНГ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ....	10
1.1. Теоретичні аспекти дослідження інтернет-сленгу	10
1.2. Джерела формування онлайн-сленгу на матеріалі популярних онлайн-платформ	18
1.3. Класифікація онлайн-сленгу за шляхами творення та функціональною специфікою.....	20
1.4. Екстралінгвістичні особливості розвитку англомовного мережевого сленгу ..	27
РОЗДІЛ 2.	33
МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛІЙСЬКОГО ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ ..	33
2.1. Методи дослідження та обґрунтування вибору матеріалів роботи.....	33
2.2. Методика аналізу сленгових одиниць в інтернет-комунікації	37
РОЗДІЛ 3	39
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ У ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ.....	39
3.1. Лексичний та структурно-семантичний аспекти функціонування інтернет-сленгу.....	39
3.2. Лінгвопрагматичні особливості функціонування сленгізмів в англомовному інтернет-дискурсі	61
3.3. Сленг як маркер трансформації особистості в інтернет-мережі	64
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84
ДОДАТКИ	93
Додаток А	94
Додаток Б.....	95
Додаток В	96
Додаток Д	97
Додаток Е.....	98
Додаток Є	100

ВСТУП

Сучасна культурно-історична епоха вирізняється специфічною соціально-демократичною групою – інтернет-користувачами. Саме нове покоління, яке активно реагує на зміни у суспільному житті країни є творцем мовних одиниць. Соціальна роль користувачів інтернет-ресурсів сприяє виникненню субкультур та специфічної мови на базі рідної (Л. Д. Тодорів) [51, с. 25]. Хоча не всі мережеві сленгізми варто використовувати у повсякденному житті, вони прикрашають англійську мову своєю гнучкістю, жвавистю та різноманітністю [30; с. 16]. Сленг є відкритим мовним пластом нормативно-знижених лексико-фразеологічних одиниць, які характеризуються яскравим емоційно-експресивним забарвленням [46; с. 145]. Раніше сленг вважався лексикою, на межі «високої» та «низької» мови, наразі слово «сленг» втратило свою негативну конотацію та асоціюється з засобами неформального спілкування сучасного суспільства. За час свого існування безліч сленгових одиниць закріпилися в літературній англійській мові.

Сленг – це соціальний різновид мови, який відрізняється за формою (фонетикою, семантикою, граматикою, та лексемним складом) від мовного стандарту та використовується обмеженим колом людей. Англійський мережевий сленг – це одна з підсистем англійської мови. Англійський сленг активно поповнюється одиницями аргю та жаргону, адаптованими до потреб суб'єктів спілкування. Субкультури не є абсолютно ізольованими сферами спілкування, зрозумілими обмеженому колу людей (О. О. Білецька) [3, с. 7]. Вищезазначені сфери входять до певної культури та взаємодіють з літературною мовою, що сприяє її збагаченню, або ж навпаки засміченню (Є. Г. Борисова–Лукашанець) [4, с. 111].

Мережевий сленг пов'язаний з мовною грою, яка передбачає навмисне маніпулювання мовними засобами, з метою отримати бажаний ефект (комічний, концептуальний, викривальний та ін.). Крім цього, інтернет-сленг дає можливість відтворювати емоції, які важко висловити у лаконічному мовному середовищі, за умови дотримання встановлених норм. Існує велика кількість способів комунікації, зокрема: електронне листування, соціальні мережі, служби обміну миттєвими повідомленнями (месенджери), блоги, форуми, чати, ігрові чати. Суб'єкти онлайн-

спілкування мають можливість використовувати шрифт, який дозволяє точно відобразити інтенцію користувача, або піктограми (стікери) із заздалегідь обраним текстом. Вищезазначені технічні засоби наближують комунікацію в мережі Інтернет до усного спілкування [63; с. 525]. Спілкуючись в інтернет мережі, користувачі не мають візуального контакту, тому для повноцінної передачі інформації, обміну враженнями та думками, доцільно використовувати найбільш експресивні мовні засоби.

Особливості мережевого сленгу досліджували як вітчизняні мовознавці: Е. Береговська, В. Балабін, К. Бондаренко, Ю. Василенко [6; с. 17], О. Кондратюк, С. Мартос, Т. Ілик, І. Щур, І. Матвіяс, Л. Мацько, Ю. Мосенкіс, В. Радчук, Л. Ставицька, О. Тараненко, О. Фурса та ін, так і зарубіжні: В. Вілюман, І. Гальперін, Б. Головін, Г. Еманн, Г. Л. Менкен, М. Грачов, К. Дубровіна, М. Маковський, Т. Нікітіна, Е. Патрідж, Г. Сузділовський, Н. Тропіна, В. Хом'яков, та ін. Вагомий внесок у вивчення сленгізмів зробили: С. Пиркало, Ю. Мосенкіс, Т. Кондратюк, Л. Ставицька. Вищезазначені дослідники уклали перші словники мережевих сленгових одиниць, зокрема, «Перший словник українського молодіжного сленгу» С. Пиркала, «Словник сучасного українського сленгу» Т. Кондратюка [26] та «Український жаргон» Л. Ставицької. Крім цього, сучасні науковці активно розвивають сферу мережевого сленгу, наприклад, за останні роки були опубліковані такі праці: Ф. Смирнов «Искусство общения в Интернет», Шаліна, Л.В. «Словотвірна номінація у мові Інтернету та комп'ютерних технологій», Т. Івахненко «Лексичні особливості молодіжного сленгу», Каптюрова В.В. «Структурна організація повідомлень у англomовних мікроблогах», М. Маковський «Сучасний англійський сленг: Онтологія, структура, етимологія», Ю. Мосенкіс, П. Грабовий, О. Фурса «Феномен українського молодіжного сленгу», І. Щур «Українськомовний комп'ютерний сленг: формування і функціонування» [57], Дзюбіна О.І. «Співвідношення внутрішньої та зовнішньої прагматики неологізмів сфери інтернет-комунікації», Горшков, П.А. «Сленг хакерів та геймерів в Інтернеті», І. Каташинської «Віртуальна освіта і формування духовних і пізнавальних орієнтирів особистості», А. Шумейко «Сучасний український сленг: конотативний аналіз» [55], Л. Денисюк

«Англійський молодіжний сленг як засіб самовираження та відображення світогляду тінейджерів», І. Міщук «Американський молодіжний сленг в перекладацькому аспекті», Ю. Нестеренко «Молодіжний сленг як засіб вербалізації явищ буття англійців» [35], Компанцева Л.Ф. «Інтернет-лінгвістика».

Актуальність нашої роботи визначається відсутністю комплексних досліджень, присвячених систематизації особливостей контекстуально зумовленого вживання англійських сленгових одиниць у нетипових синтаксичних функціях, визначення найпродуктивніших моделей творення англомовних сленгізмів, які активно вживаються інтернет-користувачами під час онлайн-спілкування, встановлення причин семантичної, стилістичної, лексичної та граматичної трансформації одиниць літературної мови, зокрема, висвітлення позитивних та негативних наслідків впливу віртуалізації на сучасну культуру, освіту та мовлення англомовних і україномовних інтернет-користувачів. Проблема розуміння особливостей сленгових одиниць, причин та шляхів їх виникнення набуває значущості з огляду на пришвидшення темпів діджиталізації та популяризації цього пласту мови серед членів сучасного суспільства.

Метою дипломної роботи є визначення шляхів розвитку трансформаційних процесів, характерних для онлайн-спілкування у соцмережах, блогах та на ігрових платформах, що зокрема передбачає лексико-семантичний, структурний лінгвопрагматичний та синтаксичний аналіз мережевого сленгу із вказівкою на соціокультурний аспект.

Для досягнення мети були поставлені такі **завдання**:

- 1) розробити теоретико-методологічних засад дослідження сленгових одиниць, які функціонують у межах найпопулярніших інтернет-платформ для спілкування;
- 2) визначити та систематизувати найпоширеніші засоби та моделі творення одиниць мережевого сленгу;
- 3) проаналізувати особливості функціонування англійського нетспіку;
- 4) розробити методологічний алгоритм дослідження структурних та функціональних характеристик мережевого сленгу;

5) систематизувати трансформаційні та девіаційні процеси, характерні для онлайн-комунікації на всіх рівнях організації, зокрема, морфологічному, синтаксичному та текстовому;

б) проаналізувати процес трансформації усталених культурних реалій гравців кіберпростору;

7) виділити лінгвопрагматичні особливості функціонування сленгізмів в англomовному мережевому дискурсі;

8) визначити причини та перспективи впливу популяризації сленгової мови інтернет-користувачів на культуру України та англomовних країн.

Об'єкт дослідження – англomовні одиниці мережевого сленгу, вилучені методом наскрізної вибірки з соцмереж «Instagram, YouTube, Facebook, Tik Tok», та чатів онлайн-ігор «Dota 2», та «League of Legends».

Предметом дослідження є структурно-семантичні, лінгвокультурні та лінгвопрагматичні особливості функціонування англomовного сленгу в інтернет-мережі.

Методи дослідження для досягнення загальної мети та завдань роботи. У дослідженні використовуються *загальнонаукові методи індукції та дедукції, аналізу та синтезу*. Спрямування роботи передбачає комплексне застосування таких методів лінгвістичного аналізу: *класифікаційний аналіз* (для логічного розподілу лексико-семантичних, морфологічних та синтаксичних аномалій в окремі класифікації); *дистрибутивний аналіз* (для виявлення фонографічних, лексико-семантичних, морфологічних, стилістичних та синтаксичних прийомів творення сленгових одиниць). Ми застосували *контекстуальний аналіз* для вивчення смислових особливостей сленгізмів та їх креативного відтворення користувачами онлайн-платформ під час інтернет-комунікації. *Порівняльний аналіз* форми та змісту сленгових одиниць англomовних прикладів онлайн-спілкування на форумах та в ігрових чатах з одиницями, які вживають англomовні інтернет-користувачі. *Метод кількісних підрахунків* уможливив усебічну частотну та перекладознавчу характеристики вживання сленгу англomовних користувачів проаналізованих онлайн-платформ.

Наукова новизна полягає у тому, що в дипломній роботі вперше досліджено трансформаційні процеси, характерні для функціонування сленгового мовлення у англomовному сегменті інтернет-мережі на всіх рівнях його організації; узагальнено підходи до тлумачення сленгових одиниць в інтернет-комунікації. У праці розкриті особливості їх мовної реалізації у мові представників англomовних та україномовних користувачів. У дослідженні проаналізовані способи перекладу та шляхи формування інтернет-сленгізмів різних рівнів. Новизна дослідження полягає також і в тому, що в ньому:

- уточнено та розмежовано поняття «сленг», «жаргон», «професіоналізм», «арго», та «мережевий сленг»;
- встановлено, що вибір сленгізмів у процесі інтернет-спілкування користувачів блогосфери обумовлений їх комунікативними інтенціями;
- проведено опитування молоді, в результаті якого визначені причини та наслідки активного використання специфічних інтернет-одиниць;
- виявлено специфіку англійського мережевого сленгу в функціональному, лексико-семантичному, культурному та прагматичному аспектах;
- поглиблено та деталізовано класифікацію сленгових одиниць;
- визначено особливості впливу нетспіку на мислення, спілкування та культуру сучасного суспільства.

Теоретичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів для українських дослідників сучасної англійської та української мов, які вивчають походження, семантику, структурні особливості та функціонування сленгових одиниць, які активно використовуються під час онлайн-спілкування, а також їх місце в лексичній системі мови. Отримані дані щодо трансформації літературних правил вживання досліджуваних лексичних одиниць мають безпосереднє відношення до формування нових загальноновживаних термінів, та активного поповнення сучасних словників новою лексикою; проаналізовані приклади вживання лексем в нехарактерних для них граматичних функціях сприятимуть подальшому дослідженню широкої проблеми впливу інтернет-комунікації на культуру та розвиток українських і англійських користувачів. Зокрема, дипломна

робота може бути використана працівниками кафедр англійської мови та перекладу для пояснення особливостей вживання сленгових одиниць україномовними та англомовними користувачами інтернету, зокрема, причини та принципи формування сленгізмів. Аналіз дослідження студентами вищезазначених кафедр сприяє розумінню шляхів поповнення загальноновживаної лексики сленговими одиницями та сприяє уточненню поняття сленг та способів його відтворення.

Практичне значення роботи обумовлене тим, що основні результати дослідження можуть бути використані під час розробки теоретичних та практичних курсів із загального мовознавства, практики усного перекладу, перекладознавства, лексикології, соціолінгвістики, комунікативної практики в публічному просторі, стилістики та основ міжкультурної комунікації. Опрацьований матеріал може бути використано в лексикографічних працях (під час укладання англійсько-українських словників та українсько-англійських словників), у науково-методологічній літературі. Зокрема, результати цього дослідження можуть бути корисними для написання курсових, бакалаврських та магістерських наукових робіт.

Особистий внесок здобувача. Усі результати дисертаційного дослідження отримані автором самостійно. Пошук та аналіз літературних джерел за темою дослідження, розроблення моделей та методів вирішення поставлених завдань виконано автором особисто.

Апробація результатів дослідження. Результати дипломної роботи були оприлюднені автором на двох наукових конференціях: XI Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Перекладацькі інновації» (Суми, 19–20 березня 2021 року) та VII Міжнародній науково-практичній конференції «World science: problems, prospects and innovations» (24-26 березня 2021 року), Канада.

Публікації. Основні теоретичні положення та результати дипломної роботи висвітлено у двох публікаціях: стаття, опублікована у фаховому науковому виданні та тези доповідей за матеріалами міжнародної конференції:

1. Палій В. В., Англійський молодіжний сленг в інтернет комунікації: Перекладацькі інновації. *Збірник матеріали XI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 19–20 березня 2021 р.* / редкол.: С. О. Швачко, І. К.

Кобякова, О. О. Жулавська та ін. Суми: Сумський державний університет, 2021. С. 28–30.

2. Палій В. В., Плетенецька Ю. М., Англійський молодіжний сленг в онлайн-комунікації. *The 7th International scientific and practical conference “World science: problems, prospects and innovations” (March 24-26, 2021) Perfect Publishing, Toronto, Canada, 2021. P. 683–687.*

Обсяг і структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та одного додатку. Загальний обсяг роботи становить 103 сторінки, з них 91 сторінка – основний текст. Список використаних джерел налічує 96 позиції, з них 71 – наукові праці, 8 – джерела матеріалу дослідження, 12 – довідкова література, 10 – Інтернет - джерела.

РОЗДІЛ 1

МЕРЕЖЕВИЙ СЛЕНГ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Теоретичні аспекти дослідження інтернет-сленгу

Мова – неповторний винахід людства, ефективний засіб формулювання та обміну думками, кодування та декодування мовних одиниць. Комунікація можлива між носіями однієї мови, та між представниками різних культур. Навколишній світ, який є основним об'єктом спілкування – єдиний для носіїв різних мов, відрізняються лише мовні засоби, за допомогою яких суб'єкти різних лінгвокультур вербалізують думки.

Відмінності у використанні мовних засобів залежать не лише від територіальної приналежності носіїв певної мови, але й від екстралінгвістичних чинників, зокрема: суспільного та матеріального становища, сфери зайнятості, інтересів, статі, вікової та професійної групи тощо. Французький лінгвіст А. Доза стверджував, що «в кожній літературній мові є різновиди, які залежать не лише від географічного поширення мови, але й від соціальних прошарків». Досить частотним випадком є відсутність в літературній мові лексеми для позначення нового предмета, тому необхідним кроком є використання сленгу або створення терміну, шляхом застосування механізмів словотвору. В українській та зарубіжній лінгвістиці дослідники не одне десятиліття намагаються дати визначення сленгу. Мовознавці досі сперечаються щодо сутності та природи цього явища, тож для позначення вищезазначеного поняття вживають різні терміни: соціальний діалект, громадський діалект, груповий діалект, громадська мова, професійна мова, професійний діалект, соціолект, жаргон, сленг та арго.

Мовознавці традиційно виділяють офіційну та неофіційну лексику, тобто літературну та нелітературну. Літературна лексика охоплює книжні, розмовні та нейтральні одиниці. До нелітературної лексики входять професіоналізми, вульгаризми, жаргонізми, арго та сленг [45; с. 118]. Характерними ознаками неофіційної лексики є розмовність та експресивно-емоційна забарвленість. Лінгвісти Г. Антрушина, І. Арнольд, В. Вілюман, І. Гальперін, розрізняють нейтральну та літературну лексику, виділяють нейтральні, літературні та розмовні мовні одиниці [8;

с. 85]. Різноманіття субстандартної мови цікавило багатьох дослідників української (О. Горбач, П. Грабовий, Г. Дружинін, С. Ермоленко, Т. Ілик, О. Кондратюк, С. Максимов, С. Мартос, Ю. Мосенкіс, Л. Ставицька, О. Тараненко, І. Щур), російської (Н. Арутюнова, В. Бондалетов, О. Борисова, В. Елістратов, В. Жирмунський, Б. Головін, М. Грачов, К. Дубровіна, Л. Крисін, О. Ліпатов, Д. Ліхачов, О. Лукашанець [31], В. Саляєв, Л. Сінельнікова, Л. Скворцов, І. Соболева, Е. Туманян, О. Уздинська, В. Химик) та англійської мови (В. Балабін, Т. Беляєва, В. Вілюман, Р. Макдевід, М. Маковський, Е. Патрідж, Г. Сузділовський, В. Хом'яков). Вищезазначені мовознавці вивчали такі різновиди субстандартної лексики, як арго, жаргон та сленг. Ці терміни часто вважають синонімічними. Однак, аналіз вибірки, а також визначення дефініцій специфічних одиниць дозволяють зробити висновок, що поняття, які ці терміни позначають, значно відрізняються. Намагання лінгвістів відмежувати термін «сленг» від наближених за значенням понять «арго» та «жаргон» свідчать про міцний зв'язок змістових обсягів цих понять.

Зокрема, лінгвісти не мають єдиної думки щодо пласту лексики, до якого належить сленг. І. Р. Гальперін виділяє чотири лексичних пласти: загальна літературна лексика, функціональна літературно-книжкова лексика, розмовна лексика та нелітературна лексика. Науковець зазначає, що перші два пласти належать до письмової форми мови, а третій і четвертий – до усної. Згідно з вищезазначеним підходом, сленг належить до останньої категорії, тобто нелітературного пласту лексики, до якого також входять професіоналізми, жаргонізми, вульгаризми та діалектизми [9, с. 55]. Однак, на думку лінгвіста Хомякова, цей лексичний пласт слід назвати «нелітературно-розмовною лексикою» або «пластом нелітературної лексики [54, с. 10]. Чехословацький лінгвіст Л. Соудек поділяє англійський вокабуляр на «стандарт» та «субстандарт», і класифікує сленг до другого типу (Soudek Structure of substandard words in British and American English).

Наразі мовознавці сперечаються щодо введення сленгу у загальну категорію. Не існує єдиного чіткого визначення терміну «сленг». У тлумачних словниках наявні такі дефініції: Сленг (англ. slang) – 1) синонім поняття «жаргон»; 2) сукупність жаргонізмів, що утворюють пласт розмовної лексики, який відображає грубувато-

фамільярне, іноді гумористичне ставлення до предмета мовлення [23, с. 53]. Сленг – 1) розмовний варіант професіонального мовлення; жаргон; 2) жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають емоційно-експресивного забарвлення [75]. У «Словнику-довіднику лінгвістичних термінів» Д. Розенталя сленг, жаргон та арго мають тотожні значення: «Сленг – слова і вирази, що вживаються особами певних професій або соціальних прошарків. Сленг моряків, художників; арго; жаргон» [38, с. 185]. У словнику Вебстера «сленг» дефініюється як вживання слів, неапробованих нормами писемного мовлення, які роблять мову яскравою та живою. Тож, у цьому визначенні «сленг» ототожнюється з поняттям «просторіччя»; однак, просторіччя обмежені лише емоційно забарвленими словами. Н. Комлев наголошує на вживанні даної субмови молодим поколінням та переважанні в ній англомовних вкраплень. Дослідник подав таку дефініцію у «Словнику іноземних мов»: сленг – жаргон, частіше молодіжний; вкраплення в мову англійської або американської розмовної лексики [25, с. 70]. Джон С. Фермер стверджує: «Що таке сленг? Насправді, мені не вдалося визначити це поняття, яке охоплювало б всю різноманітність слів, які слід враховувати» [60, с. 10]. С. Фермер має схожі погляди на це питання з дослідником сленгу Дж. Мюрреєм, який стверджував, що «неможливо визначити сленг» взагалі [60; с. 23]. Можливо, тому укладачі «Великого англо-російського словника» під керівництвом І. Р. Гальперіна не виокремлювали поняття «сленг».

У цьому підрозділі ми зробимо спробу повністю розділити значення терміни «арго», «жаргон», «сленг», враховуючи етимологію, особливості вживання та дефініції професійних лінгвістів. Однак, у чому відмінність комп'ютерного сленгу від професіоналізмів, жаргонізмів та вульгаризмів? На думку В. Рюгемера, маючи справу з комп'ютерним сленгом, ми маємо справу з трьома типами нелітературної лексики. По-перше, ця лексика використовується для спілкування людей професій, пов'язаних зі сферою комп'ютерних технологій, або тих, хто послуговується комп'ютером для певних цілей. Зокрема, сленгові слова використовуються у ролі синонімів до професійних термінів, для надання емоційного забарвлення.

По-друге, користувачі, які вживають комп'ютерний англійський сленг активно цікавляться нововведеннями у мережевому світі. По-третє, до комп'ютерного сленгу входять вульгарні слова, наприклад: «shit/crap», «bastard», «bloody», «arse». Отже, ці факти не дозволяють долучити мережевий сленг до окремої групи нелітературних слів, тож науковці розглядають його як явище, якому притаманні риси кожної з вищезазначених пластів неформальної лексики. Таке формулювання дає можливість дефініювати термін «комп'ютерний сленг» як слова, що вживають люди, які безпосередньо мають справу з комп'ютерами у повсякденному житті, замінює професійну лексику та вирізняється розмовним і грубо-фамільярним забарвленням. Крім того, більшість слів, які вважаються комп'ютерним сленгом, є похідними від професійних термінів [38; с. 31].

Таким чином, аналіз різних аспектів сленгу дозволив зробити висновок, що не існує єдиної думки щодо місця мережевого сленгу у системі мови. Персональні комп'ютери стали популярними досить недавно, мова його користувачів не є стабільною та навряд стане такою у майбутньому, адже розвиток технологій відбувається швидкими темпами, що сприяє появі нових понять.

Мережевий сленг має особливі риси, завдяки яким ми визначили одиниці, що належать до інтернет-сленгу: 1) взаємодія усної та письмової форми реалізації мови (Контамінація письмової літературної та усної розмовної мови); 2) комунікативна мета (основною метою трансляції інформації через коментарі форуми, та чати є масова комунікація); 3) інтегрованість (залучення індивідів в суспільне життя); 4) залежність від зовнішніх чинників, зокрема глобалізації, міжнародних контактів, розвиток особистості в сучасному світі, прогрес науки і техніки, підвищення рівня освіти; 5) антиномія інформаційної та експресивної функції мови (суперечність між прагненням до однотипності, стандартності мовних одиниць з одного боку та до новизни, оригінальності тексту з іншого); 6) посилення ролі особистості; 7) діалогічність спілкування (монологи зазвичай є відповіддю на звертання); 8) атмосфера свободи внаслідок віртуальності комунікації, несерйозність та демократизацію мови; анонімність, підсилюють гумористичний відтінок спілкування; 9) стилістичний динамізм; 10) навмисна невідповідність правилам мови;

11) неформальність спілкування; 12) застосування семіотики з метою досягнення виразності (з метою змінити живу інтонацію, міміку і жести, але зберегти емоційний вплив) [19].

Сучасні українські лінгвісти Л. Ставицька, І. Щур, К. Шапочка, традиційно розглядають термін «арго» як втаємничену, штучну мову, яка передбачає приналежність мовця до певної групи або засекречення мовлення від інших осіб [57; с. 7]. Український мовознавець С. Мартос розмежовує терміни сленг, жаргон та арго, залежно від ступеню відкритості та закритості. Він розглядає сленг як відкритий, жаргон – напіввідкритий, арго – закритий соціолект [32 с. 12]. Найбільш повною, на нашу думку, є дефініція терміну «арго», запропонована В. Хіміком, який тлумачить арго як закриту лексичну підсистему спеціальних номінацій, що обслуговують вузькі соціально-групові інтереси, як правило, професійні [53, с. 108]. Л. Ставицька у своїй праці «Український жаргон», наголошує на етимології слова «жаргон», на думку дослідниці, розкриває його сутність та функціональне призначення [48, с. 10]. Цікавою є думка К. Шапочки, яка проводить паралель між терміном «арго» та «жаргон» та стверджує, що жаргонізми – слова, вживання яких обмежене нормами спілкування, прийнятими в певному соціальному середовищі [95, с. 110]. Отже, жаргонізми також називають соціальними діалектизмами. Жаргон має такі особливості, як емоційна маркованість, фамільярність, створення навколо мовців невимушеної та іронічної атмосфери. Л. Ставицька тлумачить сленг як практично відкриту мовну підсистему ненормативно-знижених лексико-фразеологічних одиниць, що характеризуються високим ступенем емоційно-експресивного навантаження [42, с. 115]. Зокрема, дослідниця окреслює спільні риси між поняттями «жаргон» та «арго», та наголошує на обмеженості групи їх носіїв, а також на вузьке семантичне поле лексичних одиниць вищезазначених пластів мови. Саме ці спільності відмежовують їх від поняття «сленг». Л. Ставицька наголошує на вторинності поняття «сленгу» стосовно суміжних із ним понять «арго» та «жаргон», та стверджує, що сленг адаптує до своїх потреб останні два [41, с. 20]. Дослідник українського сленгу П. Грабовий у своїй праці «Когнітивні параметри українського молодіжного сленгу» зазначає переважне вживання терміну «сленг» «для позначення

найбільш відкритих та мобільних підсистем некодифікованої мови». М. Грачов [13], А. Ліпатов [28], Д. Ліхачов [29], Л. Ставицька [46] у своїх працях вказували на можливість сленгу охоплювати арго та жаргонізми, які з часом втрачають обмежений соціально-професійний характер та стають зрозумілими для всіх носіїв мови.

Існує декілька варіантів трактування поняття сленг. Сленг як професійна мова та сленг як розмовний варіант спілкування. Лексичні одиниці, які вживаються у вузькому соціальному колі, незрозумілі особам, які не пов'язані з діяльністю людей, які входять до обмеженої групи та використовують сленгізми у повсякденному житті [12; с. 288]. З іншого боку, люди, які знаходяться поза межами специфічного мовного середовища, зазвичай, вживають їх у якості експресивної реакції на події, або предмети. Отже, першим визначенням терміну «сленг» є неофіційна мова, яка використовується в певних колах.

Деякі сленгізми зникають так само швидко, як і з'являються, адже поняття сленг неоднозначне. Внаслідок відсутності чітких меж визначення сленгового мовлення, І. Гальперін заперечує його існування. Вчений проаналізував англійські словники та знайшов факти, які підтверджують його теорію. І. Гальперін стверджував, що одне слово може мати кілька значень, а значить відноситься до різних стилістичних рівнів слів. Слово може мати позначку «сленг», однак, бути літературним. І. Гальперін заперечує існування сленгу, як вид, але не заперечує існування жаргону, а сленг вважає його синонімом [9, с. 19]. Інші лінгвісти мають свою точку зору щодо поняття сленг. Дослідниця Т. Соловйова вважає, що жаргон – це мова, якою користується окрема група людей, які пов'язані певною професією [40; с. 117]. З іншого боку, сленг – це «найбільш мінливий пласт розмовної мови англійської мови, що охоплює слова та словосполучення, які були запозичені з інших лексичних груп англійської мови, або створені згідно зі словотворчими моделями, які функціонують в англійській мові, та використовуються у більш конкретних значеннях, завдяки емоційному забарвленню». Сленг, зазвичай, використовується у неформальному спілкуванні. М. Маковський запропонував таке визначення сленгу: «сленг – це особливий історично сформований та певною мірою загальний для усіх соціальних верств населення розмовний варіант мовних норм (переважно лексичних),

які вживаються переважно у сфері усного мовлення, та мають генетичні і функціональні відмінності від жаргонних і професійних одиниць мови» [31, с. 22]. Сленголог наголошує на ще одній важливій особливості сленгу: «Саме сленг є основною сполучною ланкою між територіальними діалектами та літературною мовою, а у багатьох випадках і між місцевими висловами, що входять в різні територіальні варіанти сленгу, з одного боку, та літературним стандартом – з іншого». Отже, завдяки розповсюдженості та різноманітності, термін «сленг» не має чіткого визначення.

Згідно з класифікацією учених-мовознавців В. Балабіна, В. Вілюмана, М. Грачова, В. Хом'якова, сленг поділяється на загальний, – зрозумілий для всіх соціальних верств населення, не викликає проблем у тлумаченні семантики відповідних лексичних одиниць, та спеціальний, семантичне наповнення якого є зрозумілим лише для певних соціальних прошарків [13; 25]. Серед різновидів спеціального сленгу дослідники виділяють професійний сленг та мову певних соціальних прошарків: військовий (В. Балабін, Г. Судзіловський), молодіжний (Е. Береговська, Є. Борисова-Лукашанец, О. Гасюк, П. Грабовий, Ю. Мосенкіс, С. Пиркало, Л. Ставицька, О. Уздинська), медичний, музичний (Н. Іванова, П. Холошев), студентський (Ю. Бульїна, К. Дубровіна, С. Мартос, М. Копиленко, А. Кочубей, М. Войтенко), шкільний (О. Горбач, Й. Дзєндзелівський), футбольний (О. Єлистратов, Т. Нікітіна, І. Процик), морський, космічний тощо. Отже, зважаючи на тлумачення різновидів субмов у теоретичному мовознавчому дискурсі, можна дійти таких висновків: арго є засекреченою мовою обмеженої соціальної чи професійної групи, мета створення якої полягає у відокремленні від інших та ідентифікації групової належності співрозмовника шляхом вживання слів, незрозумілих для інших. Жаргон є напіввідкритою мовною системою, у якій переважають слова емоційно-експресивного характеру з негативним семантичним забарвленням. На відміну від арго, жаргон є відкритим та, зазвичай, поширеним серед великих соціальних груп, об'єднаних певною професійною ознакою або особливим статусом у суспільстві [5; с. 53]. Існує тематична класифікація комп'ютерного мовного пласту. Зокрема, М. Матвійчук виділяє такі тематичні групи комп'ютерної

лексики в україністиці та англістиці: 1. Людина, яка має відношення до світу комп'ютерів. 1.1. Людина, яка віддає перевагу чому-небудь у світі комп'ютерів. 2. Робота з комп'ютером. 2.1. Невдачі в роботі з комп'ютером. 3. Складові частини комп'ютера. 4. Назва програмних продуктів, команд, файлів. 4.1. Комп'ютерні ігри. 5. інтернет [33, с. 100]. Зокрема, вчені поділяють комп'ютерний сленг на загальноприйнятту «комп'ютерну» мову, тобто мову комп'ютерної наукової літератури, та власне сленг, який використовують програмісти, фахівці у галузі інформаційних технологій та звичайні користувачі під час комунікації в інтернет-мережі [50; с. 114].

Закордонні дослідники виділяють такі моделі утворення сленгу: Власне сленг (Proper slang) – найбільша категорія, яка охоплює слова та словосполучення, які мають характерні риси, зазначені у більшості визначеннях терміну «сленг». Вищезазначена модель охоплює загальні сленгові слова, не пов'язані з певною групою чи трендом; та специфічні сленгізми слова, характерні для групи або тренду. Такі сленгові одиниці зазвичай використовуються з метою долучитися до розмови певного кола людей. Табуїтована лексика (Taboo words) поділяються на дві категорії. Перша категорія – це звичайні сленгові слова, тобто синоніми загальноновживаних слів. Окрема група слів вживається, щоб зробити емоційний удар співбесіднику. Слова Vogue (Vogue words) – це слова, які вже існують у загальноновживаній мові, але впродовж короткого проміжку часу вони можуть грати роль сленгізмів та мати інше значення. Слова проксі (Proxy words) (мовні одиниці, які впливають на інші слова) складаються з «квот», які замінюють дієслово, щоб переповісти думку іншої людини, та формуються за формою «BE + like». Такі вирази, зазвичай, використовуються у раптових, експресивних ситуаціях [70, с. 15–127].Л. Верба наголошує на різноманітності способів формування комп'ютерного сленгу, але наголошує, що всі вони існують для того, щоб пристосувати англійське слово до сучасної дійсності і зробити його придатним для постійного використання [7, с. 75].

Отже, сленг входить до ненормативних одиниць та часто асоціюється з жаргоном, однак, зважаючи на характерні особливості, лінгвісти відмежовують цей пласт лексики. Чіткого визначення терміну «сленг» досі не існує, враховуючи

запропоновані дослідниками, ми запропонували власне тлумачення сленгу – це частково відкритий мовний пласт ненормативно-знижених лексико-фразеологічних одиниць, які характеризуються високим ступенем емоційно-експресивного забарвлення. Для сленгу характерною є інкорпорація до свого складу арготизмів та жаргонізмів з адаптацією останніх до своїх потреб. У сучасному мовознавстві виділяють загальний та спеціальний сленг, що актуалізовано в нашій роботі, присвяченій дослідженню сленгу в англійській інтернет-комунікації. З метою здійснити розгорнутий аналіз одиниць мережевого сленгу, ми взяли за основу класифікації Л. Ставицької, В. Вілюмана, М. Матвійчука та загальноновживані моделі утворення сленгу.

1.2. Джерела формування онлайн-сленгу на матеріалі популярних онлайн-платформ

Сленг має важливу роль в англійській мові, яка визначає розвиток всієї мови в цілому та її відмінність від інших мов світу. Крім цього, сленг в дозволяє спілкуватися на новому рівні без використання стандартних конструкцій та граматичних основ. Отже, люди можуть спілкуватися у більш розслабленій атмосфері та використовувати меншу кількість мовних одиниць. У кожному поколінні є свій сленг, тож існує вірогідність, що через п'ять років люди будуть говорити зовсім іншою мовою, яка надасть легкості словам, або ж навпаки, ускладнить спілкування. Так чи інакше, зміни матимуть місце.

Головною причиною появи сленгу в мові є прагнення відокремитися від суспільства, «зашифрувати» свою мову, скоротити слова для більш зручного спілкування в чатах та бажання додати яскравих барв до консервативної англійської мови [64; с. 662]. Неможливо уявити молодого жителя Америки, члена лінгвокультурної спільноти, який би не використовував сленг [39; с. 66]. Варто зазначити, що сленг є найбільш популярним серед молоді та зазвичай використовується в процесі спілкування школярів та студентів. Лінгвіст С. Флекснер зазначив: «teenagers are an example of a large sub-group contributing many words» –

молодь – це приклад великої групи людей, яка продукує велику кількість слів [61; с. 8]

Одним з головних завдань у дослідженні мережевого сленгу в лексико-семантичному аспекті є визначення показників, які об'єднують сленгові одиниці у мережевій лексиці, та виокремлення лексико-семантичних мікрополів, лексико-семантичних груп сленгу англійської мови. Згідно з класифікацією Ю. А. Зацного, ключовими джерелами збагачення користувачької лексики є запозичення, які поділяються на: іншомовні та внутрішньомовні (запозичення з професійних жаргонів та діалектів, розмовної мови, художньої літератури та медіа) [21, с. 45].

Мовна система гнучка та мінлива. Літературна норма захищає мову від проникнення одиниць, які суперечать певним нормам та традиціям. Дослідження мережевого сленгу англійської мови та розмежування сленгових одиниць проводилось згідно з класифікацією Е. М. Береговської. Дослідниця запропонувала такі шляхи формування сленгових одиниць: семантична деривація, іншомовні запозичення, афіксація, метафоризація, полісемія, запозичення арготизмів, антономазія, телескопія, усічення коренів, основоскладання, універбізація, аббревіація, фонетична мімікрія, каламбурна підстановка, метатеза, та епентеза.

Напевно кожен з нас у вільну хвилину гортає стрічки соціальних мереж, проте темп сучасного життя потребує від людини виваженого ставлення до свого часу та вміння його розподіляти. Ми спілкуємося онлайн в громадському транспорті та навіть в кав'ярні, коли чекаємо на філіжанку напою. Поява соціальних мереж зробила реальним швидкий обмін повідомленнями. Усе більше користувачів скорочують слова та використовують символи у повідомленнях. Виник унікальний вид діалекту – мережевий сленг, яким послуговується обмежене коло людей у соціальних мережах та на теренах інтернет-простору [11; с. 66].

Основним джерелом поповнення складу англійського мережевого сленгу є літературна мова. Зважаючи на структурний аспект, сленг, у якості соціолекту, відповідає тенденціям словотвору у мові сучасних суб'єктів спілкування. Інтернет-сленг активно збагачується завдяки словогрі. Внутрішньомовні запозичення виникають завдяки семантичній деривації, перенесення значення (метафор, метонімії

та антономазії), каламбурній перестановці, складання коренів, полісемії, телескопії. У більшості випадків, до сленгової мови відносяться слова, утворені не за принципами словотворчої моделі (з порушенням семантичної сполучуваності або ж при транспозиції), а завдяки спонтанному фонологічному уподібненню (інколи це можуть бути помилки-обмовки), що закріплюється в мові та стають популярними серед користувачів інтернет-платформ для спілкування [27; с. 129]. Попри демократичність та відвертість спілкування, у віртуальному просторі діють особливі внутрішні закони розвитку мови, які проявляються на різних мовних рівнях. Протидія мовним традиціям та прагнення до економії часу на висловлювання відображається на семантиці, на формі слів, та на синтаксичному зв'язку.

1.3. Класифікація онлайн-сленгу за шляхами творення та функціональною специфікою

Соціальність – одна з характеристик мови, яка свідчить про те, що мова має міцний взаємозв'язок із суспільством. На думку Дж. Холмса, соціолінгвісти вивчають взаємозв'язок між мовою та суспільством. Науковець намагався пояснити, чому ми говоримо по-різному, залежно від соціального оточення; які існують соціальні функції мови, а також способи транслювати соціальне значення [62; с. 64]. Згідно з вищезазначеним твердженням, соціолінгвістика зорієнтована на різноманітність мов, зважаючи на відмінності соціального контексту. Відмінності у мові можуть з'являтися залежно від віку, впливу соціальних мереж, соціального класу та статі [65; с. 127–128]. Ці фактори впливають на функціонування літературної та нелітературної мов. Літературну мову, зазвичай, вживають в офіційних ситуаціях, тоді як нестандартна лексика іноді використовується в середовищі, яке не передбачає формальне спілкування. Одним із відгалуджень нестандартної англійської мови є сленг, який є гнучким та варіативним, мовлення людей варіюватись, відповідно до соціальної ситуації [63; с. 167]. У більшості випадків, людина адаптує мову, залежно від ступеня формальності. Людина має аналізувати ситуацію та обставини комунікації. Саме ці фактори впливають на вибір відповідного стилю. Сленг – це пласт лексики, який відображає вік людини [60; с. 176]. Сленг – це слова, які

вживаються в атмосфері, яка є комфортною для суб'єктів спілкування. У більшості випадків сленг застосовується у неформальних комунікації.

Існує декілька факторів, які спонукають людину вживати сленгізми: це мода, популярні та нові тенденції. Аллан та Беррідж виділяють сім функцій сленгових одиниць: 1) звертання, тобто людина використовує сленгове слово, щоб створити мовний зв'язок, підтримувати відносини, 2) приниження – мовець намагається висловити негативне почуття стосовно іншої людини, або глузувати над співрозмовником, 3) ініціація розслабленої розмови, завдяки використанню специфічного словника, який допомагає створити неформальну атмосферу, 4) створення атмосфери взаєморозуміння та полегшення контакту між незнайомими особами, з метою зменшити соціальну дистанцію, 5) висловлення вражень, завдяки вживанню пристойної та ненормативної лексики, що сприяє повноцінному відображенню емоційного стану мовця, 6) вираження гніву під час неформального спілкування осіб, які використовують сленгові слова, з метою передати негативні емоції, 7) демонстрація довіри, адже мовці зазвичай використовують офіційну мову під час розмови з незнайомими людьми, але надають перевагу сленгу у спілкуванні з друзями, щоб висловити прихильність або солідарність [89]. Отже, сленг покликаний створити неформальну атмосферу, обмежити використання стандартизованої літературної мови та забезпечити повноцінне розуміння змісту та емоційного спрямування висловлювання.

Сленг охоплює чітко визначену групу слів, які не відповідають стандартам синтаксису, граматики, фонетики тощо [93]. Вперше сленг з'явився в друкованих джерелах у 16 столітті. Визначення сленгу було запропоноване на початку 19 століття, однак, з тих часів воно значно змінилось. Досі сленг, соціальний діалект або професійний жаргон, вважався зниженою лексикою, яку не вживали освічені люди, але наразі сленг вживають навіть професори, бізнесмени та політичні діячі, сленгізми часто зустрічаються на шпальтах газет, офіційних інформаційних сторінках у мережі інтернет та на екранах телевізорів [28; с. 128]. На думку Е. Патріджа [65; с. 8–10], існує п'ять періодів історії сленгу, які мають специфічні характеристики. Нижче

подана таблиця, у якій зазначені особливості та розвитку сленгу:

№	Історичний період	Характерні особливості	Приклади	Значення
1	XVI	Сленг вживають лише представники певних груп. Наприклад, злочинці, жебраки.	Handmaid Bibliopole Forsooth	Служниця Продавець книжок Дійсно
2	XVII	Сленгові одиниці пов'язані з аморальністю та неосвіченістю.	Balsam Cramp-words Gapeseed	Готівка Нісенітниця Дивовижне видовище
3	XVIII	Сленг застосовується у комедіях.	Blunderbuss Fussock Puff guts	Дурний, грубий хлопець Лінива товста жінка Товстун
4	XIX	Популярність сленгу зростає та використовується молоддю у повсякденному житті.	Lally-cooler Some pumpkins Wake snakes	Спражній успіх Велика справа Потрапити у негативну ситуацію
5	XX	Сленг використовується	Absotively	Абсолютно, безумовно

		не лише обмеженою групою людей, а всіма представниками суспільства.	Dude Piffle [73]; [74]	Той, хто стежить за дрес-кодом відвідувачів театру Нонсенс
--	--	---	----------------------------------	---

Сленг часто використовують в онлайн-публікаціях, телепередачах та модних виданнях. Навіщо ускладнювати робочий процес та порушувати мовні норми? Кожен сленгізм має відповідник в літературній мові, за допомогою якого можливо повністю транслювати інформативне завдання повідомлення. З метою створити ефект новизни, привернути увагу молодій аудиторії, транслювати бажаний настрій мовця, надати спілкуванню жвавості, чіткості, стислості та образності. інтернет-сленг має свій словник, незрозумілий «сторонньому» слухачу.

На думку А. Шумейко, сленгізми виникають «у невимушеному, побутовому спілкуванні для позначення тих понять, що мають особливе значення в житті колективу. Молодь концентрується на власних реаліях, таких як зовнішність, навчання, відпочинок, дозвілля, розваги» [55; с. 33]. Учений виділяє три типи молодіжного сленгу: першу групу формують сленгові одиниці метафоричного характеру, які називають предмети чи осіб, або характеризують їх; загальноживані слова, що використовуються в новому значенні, дієслова на позначення фізичних процесів, які перейшли з фізичної сфери до соціальної. Другу групу сленгових одиниць складають деформовані слова або лексеми, часто-густо зі зменшено-пестливим значенням. До третьої групи входять дієслова та прикметники, зрідка іменники, які мають безпосереднє відношення до поняття «інтенсивність» та «надмірність».

Головним критерієм класифікації одиниць сленгової лексики для Л. Науменко є спільність інтересів осіб, що формують певний ненормативний підвид спілкування [34; с. 229]. Отже, увесь пласт одиниць мережевого сленгу дослідниця ділить на:

шкільний, студентський жаргони, музичний, армійський, комп'ютерний жаргони, жаргон, що стосується вживання наркотичних та алкогольних напоїв тощо.

Інша дослідниця молодіжного лексикону О. Кондратюк дещо розширює зазначену класифікацію Л. Науменко, виокремлюючи сленгові новотвори людей, що цікавляться автомобілями; підлітків, що захоплюються музикою, сленг книголюбів, газетярів, спортсменів (футболістів, хокеїстів, плавців) [16], комп'ютерний сленг, студентський сленг, школярський сленг та кримінальний сленг, які завоюють прихильність в суспільно-побутовому мовленні інших суспільних верств [94]. Стрімкий розвиток комп'ютерних технологій, поява нових технічних засобів спілкування в інтернет-мережі, вдосконалення програм комп'ютерного забезпечення вплинули на словниковий запас молоді та спровокували зародження серед комп'ютерних користувачів нової технічної термінології, поступове засвоєння якої призвело до появи такого явища, як «молодіжний комп'ютерний сленг».

У мережі інтернет існує безліч способів комунікації, основними з яких є: електронне листування, соціальні мережі, програми для обміну миттєвими повідомленнями (месенджери від англ. message – «повідомлення»), блоги, форуми тощо. Спілкуючись в інтернет-мережі, люди не бачить одне одного, тож для повноцінного спілкування доводиться обирати найекспресивніші мовні засоби [59; с. 191]. Оскільки користувач почуває себе розкуто у виборі мовних засобів в інтернет-просторі, окрім термінологічних одиниць, з'явилася ігрова, дещо жартівлива лексика [88].

Особливим різновидом тексту в україномовному та англomовному інтернет-дискурсі є вживання «нетспіку» [49; с. 187]. Новостворена мова є специфічним типом онлайн-мови, для якої характерне принципово неправильне вживання слів, спотворення граматичних та стилістичних норм літературної мови, вживання ненормативної лексики та мовних штампів, зрозумілих лише тим особам, хто їх створює [43; с. 144]. Так, наприклад, інтернет-комуніканти створили власний жаргон, основою якого є еративи (термін, запроваджений мовознавцем Г. Гусейновим), тобто слова та вирази, сформовані з навмисним порушенням норм правопису. Еративи відрізняються від помилок, спричинених неграмотністю, адже такі одиниці

характеризується навмисним нівелюванням літературної норми [92]. Вищезазначений тип комунікації відображає протест молодих користувачів інтернету проти суспільних норм та правил [44, с. 144]. Крім вербального способу позначення певних явищ, вираження та обміну думками в інтернет-просторі, в комп'ютерному дискурсі існують невербальні елементи, які використовуються у блогосфері та у текстових повідомленнях соцмереж. Для пришвидшення комунікації у мережі інтернет, користувачі запровадили особливу знакову систему, яка використовується в текстових повідомленнях. Це так звані «смайлики» та «стікери», створені з різних пунктуаційних знаків, цифр або малюнків. Завдяки цим засобам спілкування, користувачі можуть відображати свій емоційний стан та відношення до ситуації.

YouTube – одна з найпопулярніших платформ, яка дозволяє поділитися своїм життям за допомогою відео [101]. Люди використовують цю платформу для перегляду та обміну відео з усіх куточків світу. YouTube для поширення ідей, реклами та висловлення вдячності у коментарях. Більш того, багато людей реєструють YouTube канал, щоб показати свій талант у різних сферах, зокрема іграх, музиці, кулінарії, кінематографії та влоговій формі блогу [99]. Люди, які розвивають канал на YouTube називаються ютуберами або контентмейкерами, а як їх підписники – фолловерами [98]. У світі є багато ютуберів. Один із найвідоміших ютуберів у світі є Тайлер Блевінс, або Ninja [77]. Він вважається одним найвідоміших стримерів та гравців команд Cloud9, Renegades, Team Liquid, Luminosity Gaming. Тайлер Блевінс вважається одним з найбільш популярних ютуберів-кіберспортсменів у світі з понад 24 мільйона підписників на його каналі YouTube. Більшість коментарів до його відео написані англійською мовою, зокрема, підписники вживають багато сленгових слів. За словами Вестенберга, YouTube є одним із найпопулярніших платформ, на яких контентмейкери діляться своїми доробками [101]. YouTube є одним із сервісів Google, які надають послуги для завантаження відео, доступні кожному користувачеві.

Згідно з Кембриджським онлайн-словником, коментар є текстом, який люди говорять або пишуть, щоб висловити свою думку. Відповідно до інтернет-словника Меріам Вебстер коментар – це спостереження або зауваження, яке допомагає висловити думку або ставлення.

YouTube – це платформа для поширення відео, яка дозволяє користувачам дивитися відео, розміщені іншими користувачами, та завантажувати власні. YouTube був створений в 2005 році у якості онлайн-ресурсу, де люди могли б завантажувати та ділитися відео безкоштовно. Маргарет Холланд зазначила, що «YouTube був одним із кількох конкуруючих служб, спрямованих на усунення технічних бар'єрів для поширення відео в інтернеті» [98]. Веб-сайт має простий, інтегрований інтерфейс, в межах якого користувачі можуть публікувати та переглядати відео не маючи поглиблених знань у сфері технологій. Мохаммад Джалалуддін вважає, YouTube – це веб-сайт, який дозволяє поширювати відео, кліпи, та телепередачі, трейлери до фільмів та інший контент, такий як відеоблог, короткі відео та навчальні відео [99]. Крім того, С. Бьорк стверджує, що YouTube – це веб-платформа з відкритим доступом, яка дозволяє людям легко переглядати, завантажувати та обмінюватися відеокліпами, за допомогою комп'ютерів, мобільних пристроїв тощо [58; с. 40]. Користувачі можуть висловлювати реакції на відео завдяки коментарям.

Коментарі до відео YouTube розроблені для втілення основної мети – коментування відео. По-перше, коментарі до відео – не єдиний спосіб взаємодії користувачів на платформі YouTube. Публікація приватного повідомлення на адресу конкретного користувача відбувається за допомогою функції "Надіслати повідомлення", яка дає змогу зв'язатися з адресатом, не розкриваючи контактних даних відправника. Поточковий чат – це функція, яка дозволяє користувачам взаємодіяти в режимі реального часу під час перегляду відео [100].

TikTok – це соціальна мережа для обміну відео, яка належить компанії ByteDance [74]. Веб-сайт створений з метою «надихнути» користувачів та «принести радість». Це мобільний додаток, у якому користувачі можуть створювати короткі відеозаписи на різні теми, з тривалістю від 3 до 15 секунд або від 3 до 60 секунд. Окрім створення відео, користувачі переглядають, обмінюються думками та коментують відео, створені іншими користувачами. За статистикою, користувачі TikTok у США відкривають додаток вісім разів на день та витрачають в середньому 46 хвилин на додаток щодня [67; с. 140] Додаток має функцію інтерактивного тексту, який відрізняється від звичайних текстів, адже в них міститься знак «#» (хештег) для

пошуку схожих публікацій та «@», щоб позначити інших користувачів TikTok. Крім опису відео, додаткова інформація має певні посилання для переходу на інші сторінки. Наприклад, коли користувачі натискають хештег, вони потрапляють на сторінку, де відображені відео, які мають аналогічний хештег, наприклад #theboxchallenge, #beautytips або #visco (додаток для редагування зображень).

Мережевий сленг є найдинамічнішою ланкою лексичної системи мови, яка відображає соціокультурні зміни в суспільстві. Головним критерієм класифікації лексичних одиниць мережевого соціолекту є спільність інтересів осіб, що реалізують той чи той ненормативний вид спілкування. Стрімкий розвиток комп'ютерних технологій, широкий спектр нових пристроїв та технічних засобів спілкування значно пришвидшили комунікацію в інтернет-просторі, зробили її дешевшою та більш інтерактивною. Внаслідок цього змінюється лексикон користувачів комп'ютерною технікою, що призвело до виникнення нового явища – молодіжного комп'ютерного сленгу, або нетспіку.

1.4. Екстралінгвістичні особливості розвитку англомовного мережевого сленгу

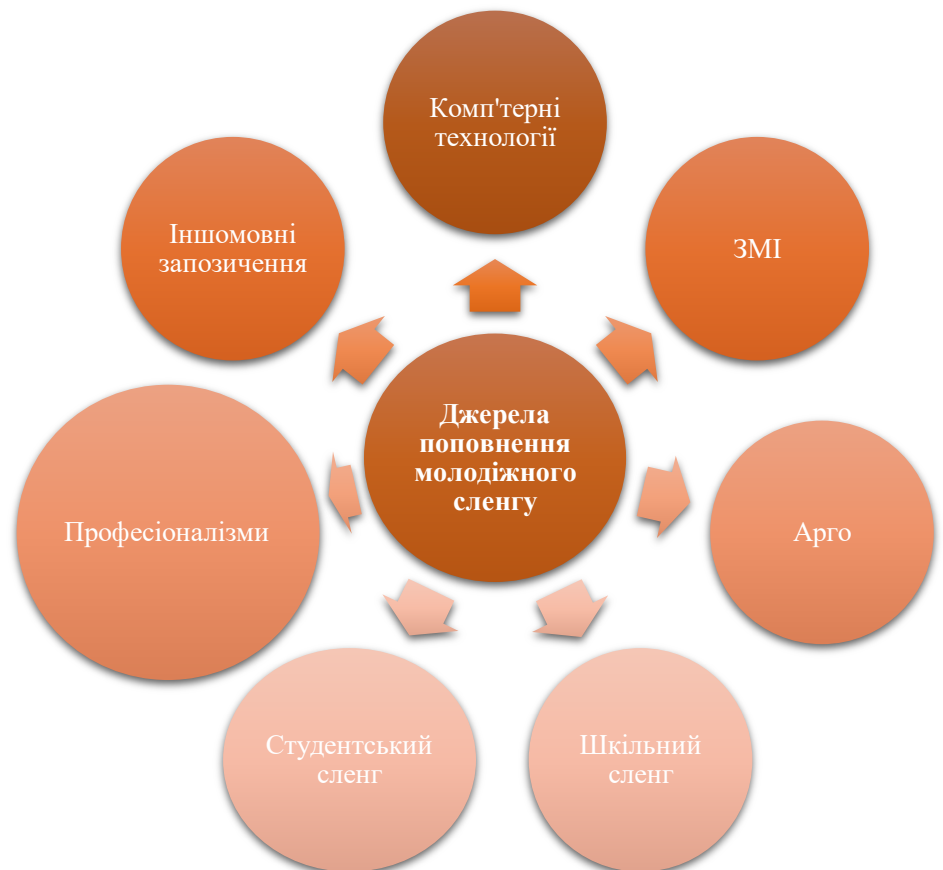
Підходи до вивчення молодіжного сленгу, стрімкі зміни суспільного життя та його відображення вербальними засобами визначають спектр сучасних досліджень у царині лінгвістики. Науково-технічний прогрес та культурний обмін між різними суспільними верствами призводить до продукування великої кількості мовних неологізмів. Ці процеси є настільки динамічними, що мовознавцям потрібно дуже швидко їх відстежувати та реагувати на нові тенденції та зміни, що відбуваються в мові. У сучасній лінгвістиці наразі є актуальним дослідження особливостей реального вживання мови різними соціально-віковими стратами в окремих комунікативних сферах, що набуває свого вияву у вивченні проблем, пов'язаних із функціонуванням соціальних діалектів. Найбільший інтерес науковців викликає соціодіалект молоді, що є найдинамічнішою верствою суспільства, у мові якої відображено оцінку та реакцію на стан та зміни в сучасному соціумі. Мовленнєва поведінка молоді визначає напрямок розвитку мовної норми [97]. Демократизація українського суспільства, соціально-економічні зрушення в країні, культурні віяння, поширення різних субкультур, стрімкий науково-технічний прогрес, – усе це суттєво вплинуло на мовну

картину світу молоді, що, у свою чергу, пояснює появу великої кількості новотворів у мережевому спілкуванні [66; с. 3]. Існування великого пласту молодіжних сленгізмів у загальноживаній мові доводить, що молодь, жваво реагуючи на будь-які зміни суспільного життя країни, відіграє роль своєрідного мовного законодавця. Як зазначає Л. Ставицька, практично увесь сленг твориться молоддю. На думку авторки, інші вікові підсистеми є малопродуктивними, або потребують серйозного онтологічного аналізу (йдеться про дитячий сленг, сленг осіб середнього та старшого віку [46; с. 120]).

Згідно з результатами аналізу молодіжних сленгових одиниць, можна виділити декілька факторів, які впливають на розвиток та поповнення сленгу, зокрема, це дозволило нам визначити сленгові групи. Розвиток комп'ютерних технологій і соціальних мереж та їх популярність серед молоді впливає на швидкість розповсюдження сленгу. IT-терміни міцно укорінились в нашому житті: «*user*» – «юзер», «*gamer*» – «геймер», «*login*» – «логін» [82]. Сленгові вислови не завжди запозичуються в оригінальному варіанті. Деякі сленгізми формуються завдяки злиттю двох та більше слів, наприклад, саме так було запозичене англійське словосполучення «*copy-paste*», у результаті чого утворилося україномовне поняття «копіпаст», яке означає «копіювати інформацію», часто видаючи її за свою. Сучасна культура, зокрема кіноіндустрія має значний вплив на життя та свідомість молодих людей. До цієї групи сленгових одиниць можна віднести такі запозичені англійські поняття: «*release*» – «реліз», «*playlist*» – «плейлист», «*remake*» – «ремейк», «*pay-pass*» – «пей-пас» [87]. Крім цього, українці скорочують деякі запозичені англіцизми, наприклад, словосполучення «*show-business*» – «шоубіз»; «*McDonald's*» – «Мак». Зокрема, засоби масової інформації та телебачення також сприяють появі сленгізмів: «*primetime*» – «прайм-тайм», «*talk-show*» – «ток-шоу». Існує також спортивна група сленгів, яка розширюється завдяки постійному запозиченню англійських одиниць: «*fitness*» – «фітнес», «*bodybuilding*» – «бодібілдинг», «*pilates*» – «пілатес», «*aerobics*» –

«аеробіка». Професіоналізми активно вживаються під час онлайн спілкування: «marketing» – «маркетинг», «manager» – «менеджер», «promoter» – «промоутер» [88]. Не втрачають популярності й мережі швидкого харчування, які зробили внесок у молодіжний сленг: «fast-food» – «фаст-фуд», «cheeseburger» – «чізбургер», «hot-dog» – «хот-дог» [84]. Намагання наслідувати спосіб життя американської та англійської молоді сприяло появі найбільшої сленгової групи. До цієї групи можна віднести одиниці, які найчастіше вживаються молоддю як у повсякденному житті: «boy-friend» – «бойфренд», «weekend» – «вікенд», «party» – «парті», «looser» – «лузер», «baby» – «бейбі», «go» – «гоу» [17; с. 169]. Варто зазначити, що поняття цієї групи закріплюються серед загальноновживаних слів не лише молоді, але й представників старшого покоління.

Основними причинами появи англіцизмів в українській мові є відставання від технологічного розвитку англосовних держав, та повільний розвиток власної мови, що сприяє запозиченню нових термінів без попереднього перекладу українською мовою. Англіцизми можна поділити на дві групи: перша група охоплює поняття, запозичені внаслідок відсутності еквівалентів в українській мові. Першочергово ця тенденція стосується термінів, які позначають комп'ютерну техніку та ІТ-технологій: «file» – «файл», «site» – «сайт»; назв побутових приладів: «toaster» – «тостер», «blender» – «блендер»; та спортивних термінів: «bowling» – «боулінг», «diving» – «дайвінг»



[16; с. 120]. До іншої групи належать англіцизми, які мають синонімічні україномовні відповідники: «*xim*» – «*hit*», замість «*популярна пісня*», «*постер*» – «*poster*», замість «*плакат*», «*чілти*» – «*chill*», замість «*відпочивати*», «*ок*» – «*ok*», замість «*добре*», «*сек'юріті*» – «*securit*», замість «*охорона*» [09]. Заміна української лексики одиницями англійської мови загромаджує рідну мову та сприяє викорененню автентичних слів. Невмотивоване вживання англійської лексики сприяє утворенню агнонімів, тобто такі слова є незрозумілими для більшості носіїв мови.

Молодіжний сленг сучасної англійської мови унікальний та специфічний. Він з'являється в надрах англійської мови, в різних соціальних сферах та вікових групах, які прагнуть до стислості, виразності, іноді сленгові одиниці формуються як протест проти консервативного або довгого слова, або як бажання дати свою назву предмету або явищу. Варто зазначити, що молодь створює онлайн-сленг, щоб «відокремитися» від світу дорослих, зробити свою мову таємною, або освіжити сувору англійську мову жвавими та емоційними фарбами. Утворення сленгу набирає обертів в періоди вагомих соціальних змін, війн, економічних та культурних зрушень, коли відчувається нагальна потреба дати назву новим речам, які з'являються у нашому повсякденному житті [71; с. 65]. Хоча сленг є девіативним процесом, внаслідок якого порушуються канони мови, він прикрашає англійську мову своєю жвавістю, гнучкістю та дотепністю. За багато століть свого існування деякі сленгові одиниці проникли в літературну англійську мову та стали загальноживаними. Як сучасні англійські жителі країн обходяться без слова «*lunch*»? Цікаво, що це слово сягає коріннями у сленговий пласт англійської мови, так само як «*bus*», «*fun*» та багато інших.

Варто зазначити, що у сучасному світі активно відбувається процес мовної творчості. Однак, такі зміни не завжди є позитивними. У США існує електронний словник сленгу, який поповнюється приблизно на 40 тисяч слів за рік [90]. У процесі спілкування з однолітками, друзями, батьками та викладачами, молодь використовує велику кількість сленгізмів. Однак, найцікавішим є саме онлайн сленг, адже в інтернеті ми маємо змогу бути відвертими, природніми нічого нас не обмежує. Завдяки вищезазначеним факторам, різко змінюється мова, яку вживають користувачі

під час онлайн-спілкування. Сучасні інтернет-користувачі прагнуть бути оригінальними та унікальними, тому із задоволенням підхоплюють нові, іноді абсолютно недоречні та образливі конструкції та швидко додають їх у свій повсякденний словник.

Отже, сленг входить до пласту ненормативної лексики та часто асоціюється з жаргоном, однак, зважаючи на характерні особливості, лінгвісти виділяють його як окремий тип субмови. Дослідники досі не запропонували загальноприйняте визначення терміну «сленг», однак, проаналізувавши наявні варіанти дефініцій, ми запропонували власне тлумачення цього поняття: сленг – це частково відкритий мовний пласт ненормативно-знижених лексико-фразеологічних одиниць, які характеризуються високим ступенем емоційно-експресивного забарвлення. Для сленгу характерною є запозичення до свого складу арготизмів та жаргонізмів, які трансформуються, залежно від потреб. У сучасному мовознавстві виділяють загальний та спеціальний сленг, що актуалізовано в нашій роботі, присвяченій дослідженню сленгу в англomовній інтернет-комунікації. З метою здійснити розгорнутий аналіз одиниць мережевого сленгу, ми взяли за основу класифікації Л. Ставицької, В. Вілюмана, М. Матвійчука та загальноновживані моделі утворення сленгу. Ми взяли за основу дослідження шляхів творення мережевого сленгу, працю Е. М. Береговської та визначили їх відсоткове співвідношення: найбільш розповсюдженими шляхами формування сленгізмів є: основокладання (31%); скорочення (36%) та афіксація (21%).

Зокрема, були проаналізовані фактори, які сприяють вживанню сленгізмів: мода та популярні тенденції. Згідно з теорією К. Аллан та К. Беррідж, ми виділили 7 функцій мережевих сленгізмів: звертання, приниження, створення дружньої атмосфери, висловлення вражень, вираження гніву та демонстрація довіри.

Ми визначили основні характеристики історичного розвитку сленгу та проілюстрували особливості кожного періоду на прикладах. З метою забезпечити актуальність роботи, ми обрали найпопулярніші сучасні платформи для спілкування: You Tube, Tik Tok, Facebook та Instagram. Зокрема, ми проаналізували чат-платформи найпопулярніших онлайн-ігор: Dota2 та League of Legends.

Крім цього, ми запропонували основні причини проникнення англомовного сленгу в українську мову, виділили джерела україномовного мережевого сленгу та проілюстрували формування україномовного мережевого соціодіалекту.

РОЗДІЛ 2.

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛІЙСЬКОГО ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ

2.1. Методи дослідження та обґрунтування вибору матеріалів роботи

Центром проведеного дослідження є поняття «комп'ютерний сленг», тому ключовим завданням є аналіз лінгвістичних та мовознавчих поглядів на сутність цього явища та доцільність його співвіднесення з іншими різновидами сленгу, арго, жаргоном та професійною лексикою. Другим етапом нашої роботи став порівневий аналіз сленгових одиниць, обраних методом суцільної вибірки на досліджуваних онлайн-платформах. Завершує роботу *порівняльно-перекладознавчий аналіз* фонографічних, лексико-семантичних, стилістичних, морфологічних та синтаксичних особливостей сленгових одиниць, який передбачає аналіз залежно від тематики платформи, віку користувачів та рівня моральної культури. Під час вивчення сленгу в інтернет-комунікації ми використали нижчеподані методи дослідження, якими керувалися для розкриття мети та завдань роботи.

1. *Метод операціоналізації понять*. Першочерговим завданням нашої роботи було з'ясувати особливості функціонування сленгізмів в інтернет-дискурсі. Аналізуючи термін «сленг», ми зафіксували велику кількість напрямків розвитку цих мовних явищ, зокрема, відеоблогінг, ігровий сленг, спілкування у соцмережах та на форумах. Застосувавши цей метод, ми визначили характеристики комп'ютерного сленгу та аспекти його функціонування, уточнили співвідношення лексичних одиниць, аналіз яких може пояснити причини та наслідки його виникнення. Зокрема ми визначили та чітко розмежували поняття «сленг», «жаргон», «арго» та «професіоналізм», які часто-густо ототожнюються.

Наступним етапом було застосування 2. *порівняльного аналізу* вищезазначених напрямів використання сленгу з нормативною англійською мовою на всіх мовних рівнях: лексико-семантичному та структурно-граматичному, застосувавши порівняльно-перекладознавчий метод. За допомогою порівняльного методу ми визначили девіативні процеси мережевого дискурсу в соцмережах, зважаючи на лексико-граматичної норми сучасної англійської літературної мови. Зокрема ми

зафіксували нову семантику та граматичну форму вже існуючих слів, зміну асоціативних зв'язків, визначили характер трансформації синтаксичних структур. Вищезазначений метод сприяв визначенню відмінностей між поняттями «сленг», «жаргон», «арго» та «професіоналізм», з метою вирішити питання дефініювання терміну «сленг».

3. *Метод контекстуально-ситуативного аналізу* задіяно для аналізу мовного та мовленнєвого матеріалу залежно від контексту та умов спілкування. Застосувавши теорію мовленнєвих актів, яку започаткували мовознавці Г. Грайс, Дж. Остін та Дж. Серль, ми описали контекст та визначили особливості функціонування сленгізмів в умовах онлайн-комунікації, враховуючи: 1) національну та вікову приналежність мовців, 2) освіченість, 3) сферу діяльності, 4) емоційний аспект.

На основі вищезазначених методів було сформульоване робоче визначення терміну інтернет-сленг: «інтернет-сленг» – мовні одиниці, що актуалізуються на фонографічному, лексико-семантичному, морфологічному та синтаксичному рівнях, який виникає внаслідок трансформацій, використовується для онлайн-спілкування та змінюється залежно від технологічного та інформаційного розвитку. Вищезазначений підхід дає можливість розглядати комп'ютерний сленг не лише як нормативно знижену лексику, а й визначити основні прийоми його реалізації та вплив на загальноновживану лексику англійського та українського суспільства. Отже, сленг – це вагомий фактор формування сучасних мов світу та активне джерело неологізмів.

Наша робота націлена на визначення сутності досліджуваного поняття, пошук стратегій, прийомів та способів його творення, а також дослідження особливостей функціонування сленгізмів в умовах сучасної інтернет-комунікації. З метою втілити вищезазначені цілі ми застосували 4. *метод суцільної вибірки*.

З метою дослідити прийоми творення сленгових одиниць був використаний 5. *дистрибутивний метод*, за допомогою якого ми здійснили їх розподіл, з урахуванням джерел формування, сфер вживання, моделей перекладу, функцій сленгізмів, типи сленгових одиниць, шляхом аналізу контексту спілкування, тематики онлайн-платформ. Л. Ставицька диференціює субмову на загальноновживаний та спеціальний жаргон. Е. М. Береговська запропонувала такі

шляхи формування сленгових одиниць: семантична деривація, іншомовні запозичення, афіксація, метафоризація, полісемія, запозичення арготизмів, онтономасія, телескопія, усічення коренів, основоскладання, універбізація, аббревіація, фонетична мімікрія, каламбурна підстановка, метатеза, та епентеза (див. Додаток В). М. Матвійчук виділяє 5 тематичних груп комп'ютерної лексики в україністиці та англіцистиці: 1. Людина, що має відношення до світу комп'ютерів. 1.1. Людина, що віддає перевагу певній області у світі комп'ютерів. 2. Робота з комп'ютером. 2.1. Невдачі в роботі з комп'ютером. 3. Складові частини комп'ютера. 4. Назва програмних продуктів, команд, файлів. 4.1. Комп'ютерні ігри. 5. Інтернет [34, с. 98–99]. Теорія К. Аллан та К. Беррідж передбачає поділ сленгізмів за такими типами: течія моди, жарт, наслідування, скорочення, усічення.

Зокрема, на основі отриманих результатів аналізу були сформовані класифікації фонографічних, лексико-семантичних, морфологічних, стилістичних та синтаксичних трансформацій. З метою визначити частотність вживання досліджуваних одиниць у тексті використовували 6. *метод кількісних підрахунків*, який дозволив з'ясувати процентне співвідношення частотності застосування певних шляхів, сформувати дані, отримані шляхом опитування молоді. Цей метод має спрямувати перекладача до певного типу сленгової лексики, яка використовується у певних ситуаціях комунікації та для адекватного розуміння користувачів інтернет-платформ вищезазначеної лексики.

З метою з'ясувати значення онлайн-сленгу були застосовані 7. *структурний та системний методи*, щоб дослідити форму та зміст сленгізмів. Оскільки вживання сленгу залежить не лише від смислу чи форми, але і від контексту, важливим для дослідження є контекстуальний аналіз. Описані методи сприяють вивченню об'єкта дослідження – нетспіку та допомагають зосередитись на предметі дослідження – особливостях формування та функціонування сленгових одиниць. Порівняльно-перекладознавчий метод залучено для встановлення розбіжностей між нормативною англійською мовою та комп'ютерним сленгом на таких мовних рівнях: лексико-семантичному та структурно-граматичному. За допомогою вищезазначеного методу ми визначили девіативні процеси дискурсу в соцмережах, зважаючи на лексико-

граматичні норми сучасної англійської літературної мови. Зокрема ми зафіксували нову семантику та граматичну форму вже існуючих слів, зафіксували зміну асоціативних зв'язків, визначили характер трансформації синтаксичних структур. Вищезазначений метод у контексті поставлених завдань є одним з ключових, адже для визначення девіативних процесів спілкування в інтернет-мережі, необхідно зіставити лексико-граматичні норми сучасної англійської літературної мови з одиницями нової лексичної семантики та граматичної форми, з метою дослідити зміну асоціативних зв'язків, зафіксувати нові означення характерних для інтернет-комунікації номінацій, визначити спосіб трансформації синтаксичних структур.

8. *Компонентний аналіз* був застосований для виділення найменших смислових елементів значення та встановлення зв'язків між ними. Метою аналізу є визначення семантичної структури сленгової одиниці. Найменшими смисловими одиницями вважаються семи. Кожна сема сприяє відображенню в свідомості суб'єкта мовлення властивості, притаманні певному об'єкту. В нашому дослідженні ми використали компонентний аналіз для повноцінного розбору сленгової одиниці на складові частини, з метою вивчити її значення.

Порядок застосування методів аналізу інтернет-сленгу передбачає чітке дотримання етапів: по-перше, визначення семантичної категорії; по-друге, засобів вираження обраних категорій у межах різнорівневих засобів мови (фонографічних, лексико-семантичних, морфологічних, стилістичних та синтаксичних); по-третє, визначення лінгвокультурних та лінгвопрагматичних особливостей функціонування сленгізмів; по-четверте, визначення способів впливу активного вживання сленгових одиниць на трансформацію англійської мови (див. Додаток А).

У дослідженні використовується методика, яка передбачає застосування загальнонаукових *методів індукції та дедукції, аналізу та синтезу* – основних прийомів систематизації матеріалу та формування висновків.

Досліднику явища онлайн-сленгу необхідно здійснити ретельний аналіз сленгізмів за їх складовими частинами, які віддзеркалюють а) рівень освіти; б) соціальний статус та соціальну роль суб'єкта комунікації; в) територіальну приналежність користувача; г) світогляд, культуру та морально-етичні принципи;

д) тематику спілкування; е) емоційний стан суб'єктів комунікації та є) специфіку онлайн-платформи для спілкування.

2.2. Методика аналізу сленгових одиниць в інтернет-комунікації

На першому етапі було сформовано емпіричну базу дослідження шляхом добору прикладів онлайн-діалогу, які характеризуються фонографічними, лексико-семантичними, морфологічними, стилістичними та синтаксичними особливостями. Методом суцільної вибірки з форумів, відеоблогів, меседжерів та ігрових онлайн-чатів виокремлено 227 сленгізми. Наприклад, аналіз мережових одиниць за структурним аспектом уможлиблює виділення таких способів творення мережових сленгових одиниць онлайн комунікації: афіксація, скорочення, словозлиття, фразові дієслова, основоскладання, конверсія та звукова імітація. Застосування методу суцільної вибірки дозволило визначити найбільш продуктивний спосіб творення сленгізмів в англійській мові, а саме – основоскладання (32%). Зокрема, на цьому етапі був застосований дистрибутивний аналіз (для виявлення фонографічних, лексико-семантичних, морфологічних та синтаксичних прийомів творення мовних аномалій). На другому етапі з'ясовано зміст понять знижена лексика, сленг, арго, жаргон, які часто використовуються у сучасному онлайн-дискурсі, екстралінгвістичні причини їх виникнення та особливості функціонування. З метою визначити сутність вищезазначених термінів був використаний метод операціоналізації понять. Для порівняння значень термінів та їх розмежування був застосований порівняльний аналіз. Зокрема, за допомогою цього методу ми уточнили співвідношення лексичних одиниць та особливості функціонування сленгізмів у англійському онлайн-дискурсі.

На третьому етапі встановлено та систематизовано лінгвокультурні та лінгвопрагматичні особливості вживання сленгових одиниць англійською молоддю. Цей етап дослідження передбачав застосування контекстуального аналізу та структурно-семантичного методу. На четвертому етапі проаналізовано основні випадки перенесення одиниць інтернет-сленгу у літературну мову. Цей етап дослідження вимагав залучення порівняльного, контекстуального, структурного та системного методів аналізу. Аналіз мережових сленгових одиниць, з урахуванням зв'язку літературної англійської мови та нетспіку, відображає зміни у ставленні до

сленгізмів та місця нетспіку у сучасній системі англійської мови. Проведення аналізу дозволило прослідкувати розвиток та становлення одиниць, які вважалися сленгізмами, але згодом увійшли до літературної мови. Зокрема, такий напрям дослідження уможливорює визначення особливостей запозичення й переосмислення змісту літературних слів, які поповнюють регістр мережевої лексики.

Порядок застосування методів аналізу інтернет-сленгу передбачає чітке дотримання етапів: по-перше, визначення семантичних особливостей функціонування нетспіку; по-друге, різнорівневих засобів їх вираження (лексико-семантичних, морфологічних, стилістичних та синтаксичних); по-третє, визначення лінгвокультурних та лінгвопрагматичних особливостей сленгізмів; по-четверте, визначення способів впливу активного вживання сленгових одиниць на трансформацію англійської мови (див. Додаток А).

У дослідженні використовується методика, яка передбачає застосування загальнонаукових *методів індукції та дедукції, аналізу та синтезу* – основних прийомів систематизації матеріалу та формування висновків.

Досліднику явища онлайн-сленгу необхідно здійснити ретельний аналіз сленгізмів за їх складовими частинами, які віддзеркалюють а) рівень освіти; б) соціальний статус та соціальну роль суб'єкта комунікації; в) територіальну приналежність користувача; г) світогляд, культуру та морально-етичні принципи; д) тематику спілкування; е) емоційний стан суб'єктів комунікації та є) специфіку онлайн-платформи для спілкування.

Молодь активно пристосовується до соціальних змін, зокрема мовних. Тож словниковий склад молодих людей суттєво відрізняється від складу представників старшого покоління. Існує декілька шляхів поповнення англійської мови, зокрема завдяки сленгізмам. Деякі слова, які активно використовуються користувачами онлайн-платформ для спілкування, згодом втрачають статус сленгових одиниць та переходять до складу загальноновживаної лексики.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ У ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ

3.1. Лексичний та структурно-семантичний аспекти функціонування інтернет-сленгу

Активний розвиток та популярність блогосфери серед інтернет-користувачів впливають на стиль спілкування у мережі інтернет. Науково-технічний прогрес спровокував появу нових технічних засобів комунікації, які змінюють загальноживану лексику, яка є основним шляхом пізнання, мислення й спілкування. Розвиток технологій породжує нові культурні феномени, які сприяють появі нових комунікативних одиниць – образів, стилів, знаків, піктограм, правил та норм їх вживання, які постійно змінюються разом з комунікативним процесом. Онлайн спілкування сучасного покоління характеризується численними порушеннями нормативної граматики сучасної англійської літературної мови. Постійне бажання інтернет-користувачів економити час сприяє появі нових способів вираження думки, що значно вплинуло на граматику мови. Зокрема, вищезазначені девіативні процеси вплинули на лексико-семантичний рівень англійської мови та запустили незворотній процес семантичної трансформації традиційних лінгвокультурних усталених виразів, які чітко прослідковуються передусім у інтернет-сленгу.

Комп'ютерний ігровий сленг має ознаки жаргону. Однак, по-перше, це мова, використання яка обмежувалась геймерами, тобто людьми, які грають або цікавляться комп'ютерними іграми; по-друге, цей тип сленгу реалізувався лише на лексичному та фразеологічному рівні. Наразі ігровий сленг піддається швидким змінам, пов'язаним з нововведеннями у ігровій сфері, яка спрямована виправдати очікування гравців. Сучасний комп'ютерний сленг сповнений унікальних особливостей, які дозволяють провести уявну межу між учасниками онлайн-ігор та людьми, які не залучені до тонкощів гри. Після появи нових слів в ігровому жаргоні люди почали їх застосовувати в повсякденному житті. Наприклад, слово «quest» вийшло за межі ігрового словника і використовується для позначення будь-якого

переліку завдань, які необхідно виконати для досягнення певної мети. Однак, деякі люди не можуть швидко переключитися на стандартну мову у реальному житті, коли вони виходять за межі комп'ютерно-ігрового дискурсу, та використовують сленгові одиниці у повсякденному спілкуванні [63; с. 525]. Це не є позитивним аспектом комунікації, оскільки порушення стилю та нехтування правилами загальноживаного дискурсу призводить до непорозумінь у комунікативній сфері, та порушення контакту з іншими людьми.

Усього було проаналізовано 227 сленгових одиниць, популярних серед молодих інтернет-користувачів. Результати дослідження представлені у гістограмі (див. Додаток Б).

Кількісні дані щодо джерел запозичень для поповнення складу мережевого пласту сленгової лексики свідчать про те, що в англійському слензі головним джерелом є розмовна мова – 147 одиниць (65%), кількість одиниць з інших жаргонів становить 24%, з літератури та ЗМІ – 4%. Зокрема, 20 одиниць утворилися внаслідок іншомовних запозичень, що складає лише 9% від загальної кількості проаналізованих сленгізмів. Отже, більшість сленгових одиниць з'являються у повсякденному спілкуванні завдяки трансформації розмовних одиниць та перенесення їх у писемну мову, з метою вживати їх під час онлайн-спілкування.

Наприклад, нижчезазначені одиниці мережевого сленгу вважаються найуживанішими серед інтернет-користувачів та стрімко переходять до повсякденного неформального спілкування поза межами соцмереж та онлайн-платформ [74; с. 114 – 130]:

Hype

1. excellent, cool

Веселий, божевільний, дикий, вражаючий

That party last night was hype man [73]

2. stimulated, excited, or agitated

Стан, коли людина відчуває емоційне збудження [90]

Damn..you hype calm down homey [73].

Trashed, trash·ing

1. criticise, attack, abuse, insult

Відкидати, відмовлятись

The film was trashed by reviewers [73].

Крититувати

1. anything worthless, useless, or discarded; rubbish.

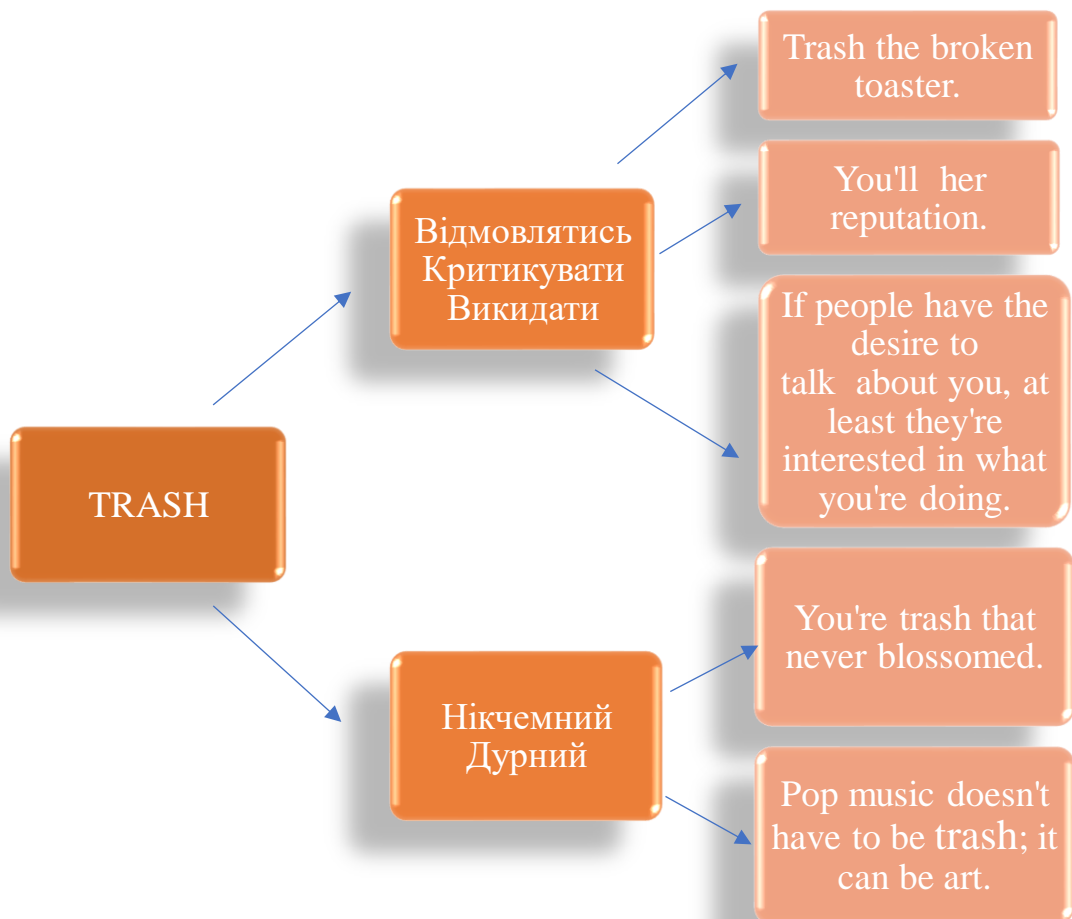
Нікчемний, непридатний

2. foolish or pointless ideas or talk; nonsense.

Дурний, абсурд, нікчемна ідея

3. a worthless or disreputable person.

Нікчема, ганебний [90].



Sassy

1: Нахабний

2: Енергійний, жвавий

3: Модний, стильний

Pretty sus

Pretty sus – це скорочення від «pretty suspicious», що означає «підозрілий; той, кого підозрюють у тіньовій схемі або нечесний». Словосполучення стало популярним як мем у 2020 році, завдяки комп'ютерній грі «Among us» [90].

Наприклад: I gotta say, that guy over there is being pretty sus.

Stacy or Stacey or Stacie

Спочатку термін асоціювався з так званими «incels». Stacy є пейоративним жаргонним терміном для опису жінки, яку вважають надзвичайно гарною, але й нудною, самовпевненою, грубою та безрозсудною [90].

Moots or moot

В інтернет-сленгу moots – це скорочення для позначення взаємних підписників, людей, які стежать та активно взаємодіють в соціальних мережах. Вищезазначений сленгізм часто зустрічається у формі однини «moot». Люди, які використовують соціальні мережі для спілкування, зазвичай так називають віртуальних друзів [77].

Wherever my Moots goes (mtb bike) I have a smile on my face! [73]

«Go home **ASAP** for **XOXO**». Нижче наведено аналіз цього прикладу вживання мережевого сленгу у процесі спілкування в Instagram. Конструкція «ASAP» складається з чотирьох букв, які позначають чотири слова. Аббревіатура «XOXO» також має чотири букви, але позначає три слова. «ASAP» означає «як можна швидше», а «XOXO» – «обійми та поцілунки». ASAP є неформальним способом вираження терміновості. «XOXO» є неформальною одиницею для позначення почуття суму [90].

Прикладом з мережі Instagram є одиниця «**IDGAF**» – це мережеве сленгове слово, яке позначає вираз «I don't give a F*ck», та означає «I Don't Care», або «мені байдуже». Наприклад: Middle fingers up cuz #IDGAF!!! «IDGAF» є неформальним способом висловлення почуття недбальства [90].

Феномен соціальної мережі Instagram набув шаленої популярності за останні роки. Для більшості представників сучасного покоління соціальна мережа стала засобом спілкування та поширення інформації. Інстаграм-зірки фактично прославилися виключно завдяки цій соціальній мережі. Коментування фотографій та публікацій є не менш важливим аспектом комунікації в соціальних мережах та мікроблогах. За допомогою коментарів та лайків користувачі визначають доречність, оригінальність та корисність інформації [68; с. 330]. Таким чином, прохання прокоментувати фотографію за аналогічну послугу стає невід'ємним засобом комунікації у мовному онлайн-середовищі:

«**Lb**» – «*Like back*» – «вподобайка за подобайку» [72].

Коли підписники сторінки в Інстаграм залишають коментар «Lb» під фотографіями Дженнер Кардаш'ян, вони не намагаються обговорити вагу дівчини («Lb» – скорочення для міри ваги – фунта), а лише попросити людей вподобати фотографії Вашого профілю – спосіб самореклами. «Lb» – це найпоширеніший коментар під фото сестер Кардаш'ян.

«**Cb**» – «*comment back*» – «коментар за коментар» [72].

Значення лексичної одиниці подібне до «Lb», означає «залишити коментар у відповідь на коментар Вашого фото». Іншими словами, «Я прокоментую ваші фотографії, якщо ви прокоментуєте мої».

«**Fb**» – «*Follow back*» – «підписка за підписку» [72].

Вищезазначені приклади допомагають зрозуміти значення цієї лексичної одиниці: літера «B» означає «у відповідь» у світі фанатів Кардаш'ян.

«**First for first**» – «*I'll like your first photo if you like mine*» – «перше фото за перше фото» [72].

Вищезазначена лексична одиниця використовується, якщо коментар «Перше!» не дає бажаного результату. Фанати Кардаш'ян вважають, що «обмін вподобайками» – це ефективний спосіб збільшити їх кількість. Якщо ви залишаєте коментар «перше за перше» (або «*F4F*»), інший користувач вподобає першу фотографію у вашому Інстаграм-профілі, ви пропонуєте натомість вподобати перше фото цієї людини у відповідь.

«**Row for row**» – «*If you like one row of photos on my Insta, I'll like one row of photos on your Insta...*» – «ряд за ряд» [72].

Зазвичай, користувачі намагаються обмінюватись «вподобаннями» першого ряду фото у профілях один одного.

«**Instant**» – «*If you like my photos, I'll instantly like yours in return*» [72].

Шанувальники Кардашьян хочуть «вподобання» тут і зараз. Якщо під однією з фотографій Кайлі ви бачите коментар «Instant», це означає, що він або вона одразу вподобає ваші фото, якщо ви зробите перший крок, вподобавши їх світлини [72].

Англомовний інтернет-сленг рясніє порушеннями та відхиленнями від норм граматики сучасної англійської літературної мови. Прагнення користувачів мережі інтернет до оновлення процесу комунікації призвело до появи нових форм комунікації, що спрягло змінам на структурно-синтаксичному рівні англійської мови. За короткий проміжок часу мережева англійська мова не лише стала популярною серед онлайн-користувачів, але й визначила шляхи трансформації традиційних норм англійської літературної мови. Цей процес глобальний, адже йдеться про певний вербально-невербальний спосіб ідентифікації спілкування онлайн в інтернет-просторі [75; с. 12].

Ми провели аналіз одиниць нетспіку за класифікацією Е. М. Береговської, яка запропонувала такі джерела формування сленгізмів:

1. Деривація.

Деривація або словотвір – утворення похідних слів від слова-основи. Деривація в англійському мережевому сленгу відбувається аналогічно до способів творення одиниць літературної мови. Наприклад: «*stupidness*» – «дурість»; «*I'm screwed up*» – «мені кінець».

2. Римований сленг.

Римований сленг зародився в середовищі лондонських робітників і полягає в заміні звичайних слів фразами, які римуються із заміненними словами.

Наприклад: «*loaf of bread \ head*»; «*Adam and Eve \ believe*»; «*you and me \ tea*» [73].

3. Іншомовні запозичення.

Іншомовні запозичення активно використовуються англійською молоддю. Наприклад: «*adios*» (*ісп.*) – «до побачення», «до зустрічі»; «*avatar*» (*санскрит*) – «втілення, прояв») – невелике зображення, яке відтворює певну особу (користувача) у віртуальній реальності (у соцімережах, форумах, блогах і т. д.) [84].

4. Полісемія.

Полісемія – це наявність у слова кількох значень, багатозначність.

Наприклад: «*shot*» означає «*an attempt*», але користувачі вживають цю одиницю, коли звертаються до своїх друзів «*Hey, shot!*»; «*Ok*» – «добре, не хвилюйтеся»; оригінальне значення слова «*roost*» – «курка, курник», але у якості сленгової одиниці – «*a place of residence*» – «місце проживання» [90].

5. Ініціальні скорочення.

Ініціальні скорочення або аббревіація в англійському мережевому жаргоні прийнято писати як з точками після початкових букв, так і без них.

Наприклад: «*B. F.*» – «*best friend*»; «*O. M. G.*» – «*oh my God*»; «*BTW*» – «*by the way*» [90].

6. Універбізація.

Універбізація – утворення одного слова із словосполучення зі збереженням змісту.

Наприклад: «*Burger*» від «*hamburger*»; «*motel*» від «*motor hotel*»; «*kiboar*» від «*key-board*»; «*smog*» від «*smoke-fog*»; «*tama*» – «*motherboard*»; «*vercity*» – «*university*» [84].

7. Тмесіс.

Тмесіс – це лінгвістичне явище, при якому слово поділяється на дві частини, віддалені один від одного, між якими вставляються будь-які інші слова.

Наприклад: «*abso-bloody-lutely*», «*inde-goddamn-pendent*»; «*beauty-bloody-ful*» [73].

1. усічення коренів (апокопа).

Наприклад: «*zam*» – «*exam*»; «*pre sci*» – «*preliminary science examination*»; «*soph* – «*sophomore*»; «*ret*» – «*tobacco cigarette*» [73].

8. Метафоризація.

Метафоризація – це творення словесного образу за допомогою метафори. Наприклад: «*flame*» – жваве обговорення питання у мережі, зазвичай спричинене провокаційним повідомленням або публікацією; «*to live in a birdcage*» (пташина клітка) – «жити в студентському гуртожитку»; «*sheesh*» – глузливі, саркастичні повідомлення або новини в Інтернеті [84].

9. Метонімія.

Метонімія – це перенесення одного поняття на інше, яке перебуває з ним у певному зв'язку.

Наприклад: «*Visit lady Perriam*» (відвідати леді Перрі) – «іти в туалет»; «*blue car*» – «поліцейський» [90].

10. Каламбурна підстановка.

Каламбурна підстановка – застосування омонімії або паронімії для створення сатиричного ефекту.³

Наприклад: «*Bastard*» – «*basket*»; «*Compu*» – «комп'ютер» [90].

11. Антономазія.

Антономазія – непряма метонімічна назва літературного персонажа або зображуваного явища іменем міфічного чи літературного героя.

Приклад антономазія: «*Baltic*» – «дуже вітряна погода»; «*George*» – «розумний», «кмітливий»; «*Jerry*» – «досвідчений», «добрий» [90].

12. Метатеза.

Метатеза – перестановка двох сусідніх звуків у слові.

Наприклад: «*Dab nap*» замість «*bad nap*» – «погана людина»; «*doog*» замість «*good*» – «хороший» [73].

13. Складання коренів.

Приклад складання коренів: «*fruiice*» – «*fruit + juice*»; «*eduhater*» – «*education hater*» – «викладач, який ненавидить свою роботу»; «*brofessional*» – «*brother professional*» – «справжній брат»; «*netizen*» (*network + citizen*) – «житель мережі» [73].

14. Телескопія

Телескопія – складання двох або більше слів. Наприклад: «*Bri-utiful*» – «*Brianna beautiful*»; «*mathemagician*» – «*mathematician + magician*» [73].

Дослідження структури вибірки одиниць мережевого спілкування дозволило визначити ключові способи творення одиниць нетспіку та частотність їх застосування. Процеси утворення мережевих сленгізмів в англійській мові мають свою специфіку. Наприклад, фразові дієслова характерні для англійського мережевого сленгу, на відміну від української, російської та німецької, адже цей спосіб словотвору притаманний саме англійській мові. Найбільш частотним способом утворення мережевих сленгізмів в англійській мові є скорочення [2; с. 32–41].

Англійський сленг вирізняється високою прагматичною цінністю. Завдяки сленгу, суб'єкти комунікації мають можливість приховати небажану інформацію, пожартувати або досягти бажаного емоційно-експресивного впливу [70; с. 65]. Крім цього, у деяких ситуаціях сленгові одиниці допомагають яскраво змалювати певне явище. І. Гальперін стверджував, що необхідність використання метафори виникла через неможливість адекватно висловити думку з урахуванням логічних зв'язків. Тож сленг допомагає у ситуаціях, коли не доречно вживати нецензурну лексику.

Прагнення встановити кореляцію та взаємодію складників інтерпретативно-твірного дискурсу, їхній вплив на баланс інформації у онлайн-діалогах та їх перекладу. Найбільш поширеними в загальній теорії перекладу є ситуативно-денотативна (В. Г. Гак), семантична (Дж. Кетфорд) та комунікативна (А. Д. Швейцер) моделі перекладу, які ми використали для аналізу відтворення англомовних сленгових одиниць українською мовою.

1. Ситуативно-денотативна модель перекладу

У дипломній роботі досліджені особливості англомовного онлайн-спілкування. Ситуативно-денотативна модель застосовується для з'ясування та відтворення ситуації, зазначеної у тексті-оригіналі, за допомогою засобів мови перекладу. Перекладачі часто вдаються до формування нової синтаксичної структури ситуації, адже кожен бачить її по-різному. Для адекватного відтворення сленгових одиниць, які використовуються в процесі спілкування в інтернеті, слід транслювати емоційність та експресивність оригінального висловлювання. Наприклад, для

передачі сленгізму «noob» українською мовою, перекладачу слід зважати на ситуацію та контекст спілкування, тобто використовувати ситуативно-денотативну модель. Відповідником, який найбільш чітко трансліює зміст англійської одиниці є слово «соплій», яке також вважається сленгізмом в українській мові та вживається лише у якості розмовної лексики.

2. Семантична модель перекладу

Згідно з семантичною моделлю перекладу, процес перекладу передбачає виділення в тексті оригіналу смислових елементів або «сем» та підбір одиниць мови перекладу, які мають аналогічні смислові елементи.

«I'm low hr»

- 1) мовець – перша особа однини
- 2) теперішній час, виражений дієсловом «to be» у першій особі однини
- 3) якісна характеристика іменника, виражена прикметником
- 4) скорочене словосполучення

Я маю низький рівень здоров'я

- 1) мовець – перша особа однини
- 2) теперішній час, виражений дієсловом «мати» у першій особі однини
- 3) якісна характеристика іменника, виражена прикметником чоловічого роду
- 4) іменникове словосполучення

Отже, у вищеподаному прикладі зіставлення фрази мови оригіналу та мови перекладу мають три спільні смислові елементи. Незначні розбіжності не заважають адекватному сприйняттю тексту мови оригіналу та мови перекладу. Невідповідності значень сем МО та МП є комунікативно нерелевантними. На жаль, в українській мові спостерігається тенденція до запозичення іншомовних слів, шляхом калькування, адже для українців не характерне використання скорочень розмовної лексики, на відміну від англомовних користувачів інтернету.

Ситуативна модель не враховує проблеми передачі переносного значення одиниць мови оригіналу, які можуть не збігатися з асоціаціями носіїв мови перекладу, зокрема, для опису певної ситуації у різних мовах використовуються різні семантичні категорії.

Згідно з **комунікативною моделлю** переклад має вагоме значення для мовної і міжкультурної комунікації, перекладач сприяє спілкуванню між автором оригіналу та читачами перекладу. Завдання перекладача полягає у реалізації комунікативної інтенції автора шляхом відтворення тексту мовою перекладу, намагаючись транслювати аналогічний комунікативний вплив на реципієнта перекладу. Отже, перекладач є ключовим елементом мовного посередництва. Перекладність не вважається абсолютним поняттям, тож під час перекладу можна варіювати загальне значення залежно від контексту та ситуації спілкування.

Наприклад, *«to lunch» / to go crazy* – «з'їхати з глузду; здуріти; очманіти»; *«floppy disc»* – «зубрилка». Під час перекладу експресивно-зabarвлених сленгізмів, які є популярними серед онлайн-користувачів, перекладачу слід максимально відтворити комунікативний вплив на читачів, саме тому переклад вищезазначених сленгових одиниць має аналогічне стилістичне забарвлення та емоційний посил, що і авторський варіант. Емоційність сленгу зазвичай відтворюється шляхом формування неологізмів та okazіоналізмів, які зберігають своє забарвлення в інших стилістичних прошарках.

Теорія рівнів еквівалентності

Комбінація усіх моделей перекладу може забезпечити повне відтворення змістових компонентів для еквівалентності перекладу. Саме таку роль відіграє теорія рівнів еквівалентності. Згідно з цією теорією, відмінності мови оригіналу і мови перекладу можуть завадити повноцінно передати зміст оригіналу мовою перекладу. Переклад може забезпечувати міжмовну комунікацію на рівні еквівалентності [24; с. 52].

Перший тип (еквівалентність лише на рівні мети комунікації):

«to buy jewels» – «купляти красиву пару взуття».

Другий тип (еквівалентність лише на рівні опису ситуації):

«Words fail me» – «У мене немає слів».

Третій тип (еквівалентність лише на рівні повідомлення):

«Back in high school I had a major crush on you» – «У середній школі я по вуха був закоханий у тебе».

Четвертий тип (еквівалентність лише на рівні структури висловлювання):

«I'm not kidding we were in a long-term relationship» – «Я не жартую, ми були у довготривалих стосунках».

П'ятий тип (еквівалентність лише на рівні мовних знаків):

«Yes! You are 95! Way to go, man!» – «Так тримати, старий! Тобі виповнилося 95!».

Таким чином, центральним питанням перекладу одиниць мережевого сленгу є можливість підібрати такий відповідник, який був би максимально наближеним до ідейної та експресивної суті оригіналу, та сприймався б як оригінальний мережевий сленгізм, був національно орієнтованим та зрозумілим для україномовних користувачів. Тому відображення бажаного прагматичного спектру у перекладі нетспіку та створення українських відповідників є доволі складним, проте дуже важливим завданням.

З розвитком технологій онлайн-ігри привернули увагу багатьох інтернет-користувачів, адже вони згуртовують людей для спільного проведення дозвілля, найчастіше гравців, які часто говорять різними мовами. З одного боку, такі обставини сприяли розвитку нових можливостей для комунікації, а з іншого – постала необхідність погоджувати дії в команді, що вимагало нового засобу спілкування, яким став геймерський сленг. Вищезазначений пласт лексики базується на англійській мові, вирізняється стислістю та емоційністю, що відповідає вимогам онлайн-комунікації [10; с. 53] З розвитком ігрової індустрії та збільшенням числа гравців, ігровий сленг стає усе більш розповсюдженим явищем серед представників різних вікових категорій. Десять років тому ігровий сленг вживала обмежена група гравців, однак, внаслідок стрімкого поширення ігрової індустрії, популярність мережевих ігор збільшувалась разом з числом ігрової аудиторії. Активний розвиток цієї сфери спровокував появу професійного кіберспорту [60; с. 191].

Існують дві форми комунікації в чаті онлайн-гри «League of Legends» [79]:

- Вербальне спілкування: використовується у командному чаті (або в голосових дзвінках)

- Візуальне спілкування: Пінг-сигнали та емоджі. Хоча емоджі, як правило, не використовуються для передачі важливої інформації, вони є візуальною формою спілкування.
- Невербальне спілкування: мова тіла. Хоча вона не вважається аналогічною до реального самовираження, однак, це важливий аспект у рамках гри.

Ключовою метою створення ігрових термінів – швидко та зрозуміло передати інформацію під час гри. Зокрема, одним із завдань ігрового сленгу є спрощення спілкування у ігровій спільноті щодо процесу гри, подій у кіберспорті тощо. Сучасний ігровий сленг має тісний зв'язок з інтернет-сленгом та мовою Leet, яка з'явилась в кінці ХХ століття, та передбачає заміну букв латинського алфавіту цифрами [70; с. 145]. Геймери, для яких англійська мова є іноземною, не лише послуговуються існуючими одиницями, але й підлаштовують їх під систему іншої мови.

З метою продемонструвати, як спілкуються у чаті однієї з найпопулярніших онлайн-ігор у світі «DotA2», нижче поданий приклад реального спілкування гравців [78]:

- *guys I'm low hp, gonna tp from spawn*
- *ok carry is free farm*
- *he is low I'll gang him*
- *ok take tree for me I need heal and we'll push*
- *Васьок, який грає на центральній лінії, бдлск, мандруй сюди, на нижню лінію, допоможи замокрушити ворога – мені не дають зрубати золота*
- *Хлопи, у мене нема здоров'я, треба підлікуватися, я телепортуюсь з бази*
- *Ок, лише головні спокійно косять гроші*
- *У нього мало здоров'я, зараз його прикінчу*
- *Ок, візьми дерево – я підлікуюсь і ми атакуємо*

Звичайно, ігрові діалоги рясніють сленгізмами, скороченнями та структурними помилками. У першій репліці гравець використав три скорочення та два сленгізми: «*mid*» – скорочення англійського слова «*middle*», яке має значення «*центральний*»; «*gank*» – яскравий приклад комп'ютерної сленгової лексики, який означає «*вбити*»;

«bot» – скорочення прикметника «bottom» – «нижній»;

pls – наразі одне з найбільш популярних скорочень в онлайн-спілкуванні, в українській мові існує відповідне скорочення «бдлск», повна форма якого – «будь ласка» [0].

У другій репліці можна виділити чотири специфічні одиниці, які активно вживаються користувачами онлайн-ігор:

«hp» – скорочення словосполучення «health point», яке означає «рівень здоров'я» гравця;

«gonna» – лексичне скорочення від «going to» – «збиратися щось зробити»;

«tp» – повна форма «teleport» – скорочення, сформоване шляхом стягування;

«spawn» – сленгова одиниця, яка означає «місце появи персонажа або втіл» [96].

Автор третьої репліки використав два сленгізми. Перша сленгова одиниця «farm» або «farming» – типові сленгові одиниці, які використовують гравці DotA 2. Ці сленгізми позначають процес отримання золота та досвіду за знищення гравців ворожої команди та нейтральних персонажів [69]. Вищезазначені дії передбачають розробку тактики та стратегії гравцями команди. Одиниці утворилися внаслідок переосмислення слова «to farm», яке означає «обробляти, збирати врожай». Україномовні гравці вживають кальку «фармити», або відповідник «збирати данину». Друга сленгова одиниця «carry» має значення «ключовий герой», або «той, хто грає краще, ніж інші члени команди».

У четвертій репліці гравець використав такі сленгові одиниці:

«be low» – розмовна фраза, яка походить від словосполучення «to have low rate of health» – «мати низький рівень здоров'я»

«to gank somebody» – мережевий сленгізм, який часто вживається суб'єктами комунікації під час гри та означає «вбити когось».

Остання репліка також містить декілька специфічних одиниць:

«heal» – одне з найбільш вживаних слів в ігровій комунікації, яке означає «лікуватися», тобто підвищувати рівень здоров'я свого персонажа.

«push» – «нападати» [86].

Можна прослідкувати частотність вживання сучасної розмовної лексики під час онлайн-спілкування. Таке явище спричинене бажанням гравців викласти основну інформацію, використовуючи обмежену кількість слів, з метою зекономити час. Комунікація завдяки коротким та «швидким» повідомленням, характерна для сучасного покоління, яке володіє кліповим мисленням. Зокрема, суб'єкти спілкування використовують мовну гру – жартівливу форму подачі інформації, креативне відображення дійсності, яка здатна швидко опрацьовуватися мозком об'єкта повідомлення та створювати неформальну атмосферу спілкування [57; с. 5–6]. З метою повноцінно відтворити емоційність та розмовний стиль спілкування, у перекладі були використані сленгові відповідники української мови. Однак, для українських гравців не характерне використання скорочень сленгізмів, тож передача аббревіатур може стати наріжним камінням для перекладача. Наприклад, «B» – «back» – «відступаємо»; «GG» – «good game» – «гарна гра»; «BRB» – «be right back» – «прикрий мене»; «DGU» – «don't give up» – «не здавайся»; «ez» – «eazy» – «легко» [81]. Зміст вищеподаних одиниць неможливо зрозуміти без знання повної форми словосполучення, тож їх відтворення є важким завданням для людини, яка не слідкує за сучасними трендами. Зокрема, сучасна українська інтернет-спільнота активно калькує іншомовні сленгізми, тому віднайти еквіваленти для сленгових одиниць, які використовують англomовні гравці – досить важка задача.

Основним способом утворення інтернет-сленгу є скорочення. Це пов'язано з небажанням витратити багато часу на друк повних слів. Найчастіше слова формуються за фонетичною аналогією. Для тих, хто знає про цей прийом, легко зрозуміти значення скорочення. Однак для перекладу такого виду сленгу перекладачу треба докласти значних зусиль. Не зважаючи на те, що англійська мова є динамічною системою, яка постійно змінюється, зокрема інтернет-сленг, розвивається ще швидше. Тож перекладачеві або простому читачеві англomовного чату буває складно зрозуміти зміст онлайн-діалогу. Пропоную розглянути приклад чату в мережевій грі, який яскраво демонструє особливість англійського інтернет-сленгу:

Dipper: Double Damage rune here

Bloodblade: should be careful of tb

Dipper: Double Damage rune here.

ТВ – ініціалізм, який позначає ім'я одного з героїв DotA 2, «Terrorblade», якого гравці можуть обрати для виконання завдань у грі. У вищезазначеному діалозі гравець «Bloodblade» попереджає членів своєї команди про небезпеку зіткнення з небезпечним персонажем «Terrorblade». Цікавим завданням для перекладача є відтворення нікнеймів гравців та імен персонажів, адже для адекватного перекладу такої лексики слід підібрати стилістично забарвлені відповідники у мові перекладу. Наприклад:

Marta22: Hey how r u? ☺

Oleg^^: Gud thnx marta wbu?

Переклад англомовного діалогу виглядає наступним чином:

Marta22: Привіт, як справи, Олег?

Oleg^^: Чудово, дякую, Марта, як твої справи?

В уривку превалюють сленгізми, утворені шляхом скорочення слів. Наприклад, слова «r» (*are*), «u» (*you*), «ur» (*your*), «y» (*why*) не є важкими для сприйняття. Завдяки фонетичній співзвучності слів та букв, можна зрозуміти значення слів, абстрагуючись від правильного написання, зважаючи лише на їх вимову. Зокрема, граматичні помилки у написанні слів, наприклад: «Gud» (*good*), «thnx» (*thanks*), сприймаються з першого прочитання. Частотним явищем є використання «емоджі», або «пиктограм», які сприяють трансляванню настрою та почуттів комунікантів. Спрощення слів виникає внаслідок неформального спілкування онлайн та бажання зекономити час. Крім цього, під час комунікації в чатах онлайн-платформ, коментарях, або месенджерах, суб'єкти спілкування не зважають на граматичні правила, адже літературна мова не є засобом повсякденного спілкування сучасних людей. Таким чином виникають нові слова, які згодом використовуються в різних інтернет-текстах та проникають у пласт загальноживаної лексики [92].

У нашому дослідженні ми виділили основні функції мережевого сленгу:

1. Номінативну (яка доповнює комунікативну): у системі сленгу явища отримують нові назви, які є більш емоційно забарвленими, крім цього, з'являються слова, які не мають визначення;

2. Когнітивну, яка передбачає, що багато сленгізмів мають додаткове значення, відсутнє у консервативних, стандартних лексичних одиницях, завдяки чому вони пономірно описують навколишній світ;

3. Експресивну, завдяки якій сленгізми виражають ставлення до певних явищ, наприклад, презирливе, жартівливе, доброзичливе тощо;

4. Ідентифікаційну (реалізація особистості суб'єкта комунікації): сленг є певним сигналом, який допомагає розпізнати «свого» серед «чужих»;

5. Функцію економії часу: сленг сприяє економії часу спілкування, завдяки використанню скорочень, аббревіацій та усічень.

Було проведено аналіз реалізації кожної функції. Під час дослідження ми прийшли до висновку, що **когнітивна функція** реалізується за допомогою таких мовних засобів як: 1) вульгаризми: «*turnt*» [74]; 2) прикметники-сленгізми, які набувають додаткового значення «крутий, ідеальний, класний»: «*sick, snatched, on fleek, on point, savage, slay, aesthetic, vibe, insane*» [74]; 3) іменники і прикметники з позитивним значенням, які не мають аналогічного значення в стандартизованій мові: «*buff, ripped, gassed, live*» [74]; 4) іменники і прикметники, що мають негативне значення в мережевому сленгу: «*extra, hooked on, waste, shook, salty, to be beat, rip off*» [74].

У роботі розглянуто кілька прикладів реалізації когнітивної функції інтернет-сленгу на основі англомовних відео-блогів.

Розглянемо приклади одиниць з яскравою **експресивною функцією** мережевого сленгу в англомовних відео-блогів. У результаті проведеного аналізу було визначено, що експресивна функція виконується завдяки таким мовним засобам: 1) прикметниками зі значенням «круто, чудово»: «*cool, sick, aci, savage, vibe, aesthetic, swag, insane, snatched, fleek, lame*» [73].

Наприклад:

*Man the difference from Ninja playing this game 4 years ago is **insane!** Like pubs use to be pubs.*

*Keep up the good work ninja when i watch you i feel chapter 1 **vibes***

Приклад вибрано з коментарів стрімера Ninja. Користувач платформи You Tube висловлює свою прихильність до гри геймера. Іменник *vibes* має значення «приємна атмосфера поруч з іншою людиною, або у певному місці» у словнику Collins. Ця аббревіація від повної сленгової форми «*vibration*», яка мала значення «інстинктивні відчуття» у 1960, є вживаною серед інтернет-користувачів та виконує функцію висловлення приємних емоцій та душевного спокою. Прикметник «*insane*» означає «божевільний, шалений», згідно зі словником URBAN DICTIONARY [90]. Одиниця походить від латинського *īnsānus* (“хворий, божевільний”), утворилась внаслідок додавання префіксу *in-* + до початкової форми іменника «*sānus*» (“сенса, глузд”) та використовується для висловлення вражень під час спілкування онлайн. Вищезазначену сленгову одиницю вживають не лише геймери, або люди, які працюють з комп’ютерами, але й усі, хто має відношення до світу комп’ютерів. Сленгізм проник у повсякденне спілкування сучасного суспільства.

2) вигуками з семантичним значенням подиву та захвату: «*AF1, yeetl, holy crap, the heck !, It's lit! I'm amped, hell yes !, what the duce!*» [73].

Наприклад:

3:30 ninja beats a squad with 3 people attacking same time! It`s lit!!!

У вищезазначеному прикладі підписник використав сленгову одиницю «*it`s lit*», означав «колір, фарба» у 12 столітті. Значення було розширено і наразі ця одиниця має значення «круто/прикольно/класно» та має функцію висловити емоцію захвату. Сленгізм утворився від прикметника «*lit*», українським відповідником якого є «запалений/освітлений» та має функцію висловлення позитивного враження [90].

3) словосполучення з лексичними одиницями, які означають «хвилюватися, панікувати»: «*freak out, crack up, wreck*».

Наприклад:

Нahaha, whatta crack up!

«*Crack-up*» – іменник, який з’явився у 1936 році та означав «стрес/ментальний розлад». У 1967 одиницю почали застосовувати у значенні «луснути від сміху» та відтоді активно вживають у мережі Інтернет [90].

4) підсилювальними прикметниками та суфіксами, які використовуються з метою додати емоційності позитивним або негативним висловлюванням: «*freaking, fucking, bloody, bleeding, goddamned, damn, - tastic (fan-fucking-tastic, frattastic)*» [73].

Наприклад:

Damn Ninja! My best was 21 in Squads, but this is just insanity 🤔

5) іменниками зі значенням «нісенітниця, шлак»: «*tosh, bullshit, trash*» [73].

Наприклад:

*Gavin said you're **trash** but you're not*

Сленгізм «trash», який сягає корінням скондинавської мови 14 століття та має значення «ніщо, нікчема» є іменником, який виконує функцію принизити співрозмовника [84]. Одиниця входить до групи слів Vogue, адже це загальноживане слово отримало сленгове значення та почало використовуватись інтернет-користувачами порівняно нещодавно.

б) вульгаризмами зі значенням «дурниця, лайно»: «*sucks, crap, lame, piss*» [73].

Наприклад:

why is this game so crappy?

Сленгова одиниця «*scarry*» має значення «кепський/паршивий/дурний» та виконує функцію вираження негативного ставлення до ситуації. Вищезазначена сленгова лексика входить до табуйованої групи та використовується не лише людьми, які працюють у ІТ сфері, але й звичайними користувачами у мережі інтернет та поза нею [90].

7) прикметниками з семантичним значенням розчарування: «*bumped out, in a funk, damn it, screw it, fuck up*» [73].

Наприклад:

DAMNNNNNNN IT DOUBLE DAMN

Вищезазначений сленгізм має значення «чорт забирай» та виконує функцію висловлення розчарування та гніву [90]. Для підсилення емоційного впливу користувач написав речення великими літерами та дублював останню літеру.

Нижчезазначений аналіз прикладів з коментарів до відео на You Tube каналі стрімера Buster, у яких реалізується експресивна функція під час спілкування на англomовних платформах[76].

Перейдімо до розгляду **реалізації особистості суб'єкта** онлайн-комунікації. Згідно з проведеним аналізом, ця функція репрезентується такими мовними засобами:

1) вульгаризмами «*pissed, piss off, fuck, screw around, screw up*».

Наприклад:

***Fuck**, what's the "my father OWNS aliens" line from, feel like it's on the tip of my tongue but cant figure it out.*

Сленгова одиниця 'fuck' відноситься до табуйованого пласту лексики, та першочергово означало «бойкотувати», однак, з часом набуло негативного значення «чорт забирай/трясця» та має функцію висловлення невдоволення, вираження характерної манери спілкування користувача та є популярною серед осіб всіх вікових груп [90].

2) дієсловами та іменниками, які мають відповідники в літературній мові, але вирізняються яскравим емоційним забарвленням: «*to freak out, freak-outs, muck around, chill out, mug, nutty*».

Наприклад:

*I remember the good old days when somebody killed ninja and they started **to freak out**.*

Фразове дієслово «freak + out» вперше зафіксоване у 1960-х роках як міжкультурна сленгова одиниця та має значення «дратуватися, біситись». Сленгізм використовується користувачами онлайн-платформ з метою висловити негативне ставлення. Одиниця вийшла за межі онлайн-спілкування та використовується у повсякденному житті. Сленгізм є найбільш популярним серед молоді [90].

3) словосполученнями зі значенням «Як справи?» або «У чому справа»: «*what's good, what's up, what's cooking, how ya going*» [

Наприклад:

*POV: You're Here just to see **what's up** with ninja cause it's been soo long since the last time you've visited*

Фраза *What's* з'явилась у 19 столітті та досі є популярною серед членів суспільства. Сленгізм означає «у чому справа», виконує функцію привітання та використовується з метою створити дружню атмосферу [90].

4) іменниками, утвореними від літературних слів, які позначають специфічні явища: «*stan (stalker + fan), looker, zero chill, juju, askhole, foodie, hangry, adogable, geekable*» [90].

Наприклад:

stop askhole

get trained ... play more ask questions after

Іменник «askhole» є іменником-вульгаризмом та має функцію висловлення негативного ставлення до співрозмовника [90].

5) іменниками, які мають аналогічні одиниці в літературній мові: «*geek (nerd), gal, breezy (girlfriend), feen (addict), joe (coffee), in a huff (bad mood)*» [1].

Наприклад:

*you called me **breezy** ??? how dare you?*

Сленгізм «breezy», який має значення «легковажний, наївний», утворився шляхом додавання закінчення -у до англійського загальноживаного слова «breeze» – «вітерець» [90]. Сленгізм не обмежений сферою діяльності користувачів та застосовується в межах та поза межами віртуального спілкування. Сленгова одиниця має значення «легковажна дівчина» та використовується з метою висловити негативне ставлення до поведінки співрозмовника.

Зокрема, проаналізовано **функцію економії часу**. Реалізація функції економії часу виконується за допомогою таких мовних засобів: 1) використання скорочень одиниць літературної мови: «*sup, gonna, gotta, wanna, dunno, is not, sis, bro, dm (direct message), obvi, bae, insta, lib*» [72].

Наприклад:

Bro *this is awesome content right here. They would get my like even if they did not get the win.*

Приклад взятий з коментарів до відео відомого You Tube стрімера Shroud. Сленгова одиниця «bro» утворилась від Староанглійського слова *be* «brothar» та має

значення «друзе, брат», ця скорочена форма використовується мовцями з метою створити розслаблену атмосферу, зокрема, онлайн-користувачами [90]. Іменник є яскравим прикладом мережевого сленгу Сленгова одиниця «bro» вважається однією з найуживаніших серед інтернет-користувачів, згідно з даними Urban Dictionary. Вищезазначений сленгізм використовується для звертання та виконує функцію економії часу, адже він значно коротший за свій літературний аналог «friend» та більш зручний для швидкого набору на клавіатурі у процесі гри або спілкування на платформах.

2) скорочення назв національностей: «*Aussie; nigga*» [76].

Literally dying from laughing when I came to the 2 hour mark where the NZ and Aussies made a WWII in Buster`s chat over Pavlova.

Сленгізм був утворений з метою зекономити час спілкування. Сленгова одиниця «Aussie» – це скорочена форма слова «Australian», яка вперше була зафіксована у 1917, однак, активно використовується онлайн-гравцями, з метою пришвидшити написання тексту [84].

Yo, nigga wassup?

У вищеподаному прикладі користувач застосував три сленгові одиниці. Перша з них – «Yo» є неформальним звертанням до незнайомця та використовується для економії часу [90]. Другим прикладом реалізації мережевого сленгу є слово «nigga», яке також є звертанням, але втілює функцію створення дружньої атмосфери та економії часу спілкування. Сленгізм «nigga» утворився від слова «nigger» – афро-американець, внаслідок відтворення вимови іменника. Варто зазначити, що ця одиниця наразі застосовується не лише стосовно афро-американців, але й представників інших національностей у значенні «друзе» [90]. Третьою сленговою одиницею є «wassup», яка використовується для неформального привітання. Вищезазначений сленгізм має значення «як справи» та виконує функцію економії часу [91]. Можемо зробити вони новому, що сучасні одиниці мережевого сленгу у більшості випадків походять від загальноживаних староанглійських слів, які розширили своє значення та застосовуються представниками усіх сфер суспільства.

3.2. Лінгвопрагматичні особливості функціонування сленгізмів в англomовному інтернет-дискурсі

Сленг функціонує згідно з нормами, які не збігаються з нормами літературної мови, зафіксованими в словниках, довідниках та інших офіційних джерелах. Норми сленгу, на відміну від літературних, встановлюються узусом та не є загальноприйнятими або обов'язковими. Варто зазначити, що у мережевому слензі виникають конструкції, стійкі звороти, мовні кліше (вітання, прощання, звертання, вибачення, подяки і т.д.), які уможливають існування певних правил вираження змісту в типових ситуаціях. Ці готові, стандартизовані мовні засоби автоматично застосовуються у спілкуванні та сприяють зміцненню нормативного характеру сленгової мови.

Національна мова – це сукупність стилів літературної мови, сленгів, діалектів та просторіччя, аргю та жаргонів. Абсолютне розуміння тексту українською та іноземною мовою, переклад лексичних одиниць, передбачає виділення лексичних, стилістичних, семантичних та граматичних особливостей мови, та визначення відповідного стилю літературної мови або нелітературного типу національної мови. Літературна має певні прийняті у суспільстві правила вживання лексичних одиниць, однак вони не є фіксованими та незмінними, адже вони проходять історичний розвиток, залежно від змін у суспільстві. Б. Л. Уорф стверджував: «Мови мають граматику, яка охоплює норми конвенційної та соціальної правильності, проте управляє мовою не вона, а правильне, розумне мислення ...» [52; с. 171] Мова є засобом духовної культури, отже, вона повинна постійно збагачуватись новими лексичними засобами. Засудження випадків відхилення від літературних норм може призвести до «омертвіння мови». Однак, визнання варіативності норми сприяє збереженню літературної мови, та її розвитку, залежно від потреб часу.

З одного боку, англійський мережевий сленг належить до національної мови, з іншого боку, існують суперечності між сленгом та літературною мовою. Адже мова, переповнена сленгізмами свідчить про байдужість до визначених норм, лексичної точності мови, примітивні навички спілкування, негативний вплив на свідомість сучасного покоління. Слід зазначити, що надмірне використання зниженої лексики

перешкоджає інтелектуальному та творчому розвитку особистості. Комунікативна функція не є основною функцією мережевого сленгу, оскільки головну роль відіграють естетика та оригінальність. Сленгові одиниці сприяють відходу від консерватизму у мові та за допомогою метафоризації; порушують загальноприйняті норми, додаючи жвавості та поетичності. Явище мережевого сленгу є невід'ємною частиною природної мови, та одним з важливих елементів її розвитку. Однак, активний розвиток та інтерес до порушення літературних норм має призводити до їх знищення, огрубіння та стилістичного зниження мови [1, с. 127].

Особливості мовлення сучасного суспільства пов'язані не лише з прагненням до самовираження, але й з потребою займати провідне місце у новому технологічному світі, наголошуючи на своїй обізнаності, унікальності та участі у групі тих, хто «орієнтується в останніх новинках світу». Вищезазначений пласт мови використовують представники певної вікової категорії, щоб забезпечити бажаний рівень експресивності, для позначення сучасних та модних у сучасному середовищі реалій, які не мають відповідників у літературній мові, та з метою реалізації спілкування, яке відбувається у невимушеній, неофіційній, дружній атмосфері, та забезпечити комунікативну рівність суб'єктів спілкування. Згідно з лінгвопрагматичним аспектом, мережевий сленг є мінливим, має локально-темпоральні обмеження лексико-фразеологічних одиниць, які вважаються ключовими елементами цієї мовної групи. Постійні зміни у лексичному складі онлайн-сленгу спричинені безперервною появою нових сленгізмів та досить швидкому (в межах 5 – 10 років) зникненню певної частини одиниць, а також в переході жаргонних засобів в інші форми функціонування мови, наприклад, у загальноновживану лексику. Більшість сленгових одиниць інтернет-спілкування характеризуються влучним гумором та гротеском: «*Bugger all*» – «*взагалі нічогоісенько*» – «*I've had bugger all to all day*». – «*Я не мав чим зайнятись увесь день*».

Перейдемо до розгляду відмінностей онлайн-спілкування україномовних та англомовних користувачів. Дослідження вищезазначеного аспекту слід розпочати з загальних даних щодо процесу розвитку та розповсюдження основного засобу комунікації сучасного суспільства. Лінійна діаграма віддзеркалює зміни у

кількісному складі споживачів послуг мережі інтернет в Америці та Україні, які спричинили значну популярність онлайн-спілкування. Слід зазначити, що стрімке збільшення зацікавленості у використанні міжнародної комп'ютерної мережі у нашій країні розпочалося ще у 2005 році, однак, це сталося на десять років, ніж в Америці, згідно з офіційними даними Світового банку. Зокрема, існує значна різниця між відсотковими показниками кількості користувачів обох країн у минулому році: 67, 6% для України та 87% для США. Результати аналізу представлені у діаграмі (див. Додаток Д). Зважаючи на вищезазначені дані, можна зробити висновок, що однією з основних причин функціонування англійської термінології та інтернет-сленгу на теренах інших держав, зокрема України є стрімкий розвиток соціальної, культурної та технологічної сфер Америки, та відставання менш розвинутих країн.

Мережевий сленг охоплює майже всі сфери життя, та має засоби для опису майже усіх ситуацій, які мають певне експресивне забарвлення, адже сленгізми з'являються у результаті емоційного ставлення мовця до розмови. Сленг – це безперервне активне словотворення, яке відбувається за принципом мовної гри. Внаслідок цього комічний ефект фігурує у сленговому тексті, спілкування відбувається у жартівливій манері. Учасник комунікації зважає не лише на зміст висловлювання, але й на цікаве оформлення.

Знижена лексика, зазвичай, має синоніми у нейтральній лексиці. На відміну від одиниць літературної мови, вони активно змінюються та розвиваються. Мережеві сленгізми можуть швидко переходити з однієї групи в іншу, оскільки їх приналежність до певної групи є умовною. Варто зазначити, що до англійської загальноживаної лексики увійшли такі одиниці онлайн-сленгу: такі слова, як «*bluff*», «*billet*», «*minx*», «*flumtux*», «*ripping*», «*humbug*», «*flog*», «*soccer*», «*yarn*», «*shabby*», «*sham*», «*pluck*» – «сміливість», «*whitewash*», «*baggage*» – «дівчина», «*bet*», «*bore*», «*chap*», «*donkey*», «*hoax*», «*kidnap*», «*mob*», «*odd*», «*trip*», «*character*» – «людина», «*to bolt*» – «*мікати*», «*fishy*» – «підозрілий» [87].

Крім цього, мережеві сленгові одиниці, як і одиниці жаргону, поетизми, архаїзми, варваризми, професіоналізми, іноземні вирази, неологізми, колоквиалізми,

діалектизми, та вульгаризми, входять до лексико-стилістичної парадигми, яка має певні особливості:

1. Комунікація відбувається через значення нейтрального слова, тобто не існує безпосереднього зв'язку з денотатом: «*to curve someone*» – відшити когось.

2. Відсутні чітко визначені референтні межі, адже інтернет-сленгізми мають оцінювальний характер та можуть використовуватись щодо різних референтів: «*mate*» – «*an animal's sexual partner*»; «*friend*» – «*a person who is employed*» / «*to help a skilled worker*»; «*used as a friendly way of talking to someone*» – партнер/партнерка; друг; товариш; чувак [84].

3. Наявні синонімічні одиниці: «*smiler*», «*snoot*», «*kisser*», «*dish*», «*mask*» – «лице».

4. Утворення антонімічних рядів:

Наприклад: «*neat*» – «хтось або щось чудове чи огидне» [90].

З метою повноцінного розуміння мережевого сленгу, особа має орієнтуватися у відповідному мовному кодї, адже певне слово може мати зовсім інше значення, відмінне від загальноновживаного. Насамперед, такі випадки досить розповсюджені через синонімічні ряди, які визначають конотацію одиниці, або нейтральні синоніми.

Можна зробити висновок, що інтернет-сленгізми належать до нелітературної, стилістично забарвленої лексики низького стилю, та безперервно змінюються та розширюються. Сленгізми вирізняються яскраво вираженою експресивністю, грубим відтінком, жартівливістю, мають описовий характер та можуть вживатися у всіх соціальних групах носіїв цього пласту мови.

3.3. Сленг як маркер трансформації особистості в інтернет-мережі

Питання про вплив мови на життя та світогляд людей, про її роль у формуванні цінностей та поглядів сучасного покоління є цікавим та дещо спірним для дослідників-лінгвістів. У сучасному світі мова вже не вважається простим засобом спілкування, вона є своєрідним інструментом впливу, переконання, або маніпуляції. Значний інтерес викликають мовні явища, які впливають на свідомість на імпліцитному рівні, та сприяють створенню категорій, образів, впливаючи на поведінку інтернет-користувачів. Можна припустити, що мова створює реальність

навколо нас, а сфера її застосування, тематика та цілі комунікації визначають істотні ознаки стилю, та його основні риси.

Сучасні трансформаційні процеси в англійській та американській культурах спровокували якісні зміни в мовній культурі, зокрема. Окрім природного формування лексичних одиниць, актуальні умови сприяють розвитку мережевого сленгу, популярного серед сучасного інформаційного суспільства [20; с. 58]. Насамперед, однією з вищезазначених умов є глобалізація – перехід до нового типу суспільства, яке має нагальну потребу пристосовуватися до стрімких трансформаційних процесів у всіх сферах життя суспільства.

Насправді, важко уявити сучасну людину без смартфона, одного з основних засобів комунікації. Звичайно, не можна ігнорувати вплив нової форми спілкування на свідомість нового покоління. Активне використання гаджетів для комунікації, спричинило появу терміну «покоління текстингу». Швидкий темп життя диктує свої умови, зокрема, до спілкування, формуючи характерні риси: швидкість, лаконічність, стислість, популярність. Внаслідок того, що інтернет-користувачі прагнуть скоротити обсяг тексту повідомлення, лексичні одиниці повинні вміщувати максимум змісту у мінімальному обсязі.

Варто зазначити, що термін «сленг» позначає різновид мовлення, який використовується окремою відносно стійкою соціальною групою, до якої, зокрема, належать користувачі соціальних мереж Facebook і TikTok, Instagram та мікроблогів Tumblr і Twitter, яких об'єднують спільні інтереси. В межах цього дослідження особливий інтерес становлять одиниці, які виникли в процесі функціонування віртуального комунікативного середовища, тобто їх вживають лише обмежене коло користувачів певних соціальних мереж та мікроблогів. Англійська мова вважається найбільш розповсюдженою у світі, тому англомовні поняття активно використовуються в онлайн-комунікації. З метою пришвидшення темпів спілкування та скорочення часу на написання повідомлень, багато загальноживаних слів та словосполучень почали замінювати окремими буквами з алфавіту, або цифрами, за умови однакового звучання. Досить часто сленгові одиниці стали настільки популярними, що усім активним користувачам інтернету необхідно їх знати, щоб

швидко знайти спільну мову з іншими суб'єктами онлайн-комунікації та уникнути конфліктних ситуацій. Прикладами вищезазначених одиниць є [74]; [:

№	Коментарій	Сленгова одиниця	Моделі творення одиниць нетспіку
1	Welcome back Dude ♡	Dude	Іншомовне запозимення
2	NOW THATS A LOTTA DAMAGE	LOTTA	Скорочення
3	ur my favorite fortnite cranker :)	ur	Скорочення
4	wussup ninja	wussup	Скороочення
5	I like both games tho.	tho	Скорочення
6	nope, he lost his rank	nope	Скорочення
7	Bruh you killed him	Bruh	Скорочення
8	Didn't want to be that guy but he ain't a pro in LOL	guy	Антономазія, нейтралізація
9	Now this thumbnail is FIRE! 🔥🔥 Love u ninja	FIRE	Розширення
10	Sheesh	Sheesh	Деривація
11	noob ninja	noob	Деривація
12	24.1M subs! Wow	subs	Усічення
13	Lazar: memer Creamy: Rager toasted: smart Rifty: gamebreaker ninja: Im all of thos xD	memer xD thos	Деривація Емотикон Усічення

14	Ninja, u play undertale? Cuz the beginning was a huge undertale reference	Cuz	Усічення
15	OMG THE REAL NINJA IM A BIG FAN OF YOU	OMG	Абревіація
16	what a god man	god man	Метафоризація
17	What the hell is that guy doing?	What the hell	Метафоризація
18	This is amazing and I love the glitter and skin so epic	epic	Розширення
19	ninja prefers supressed scars then normal scars WTF am i watching	WTF	Абревіація
20	Hey, you look sus as fuck	sus	Усічення
21	Dudes, let`s go kiki!!!	kiki	Деривація

Типи сленгових одиниць на основі теорії Аллан та Беррідж [91]:

А: Течія моди

Б: Жарт

В: Наслідування

Г: Скорочення

Д: Усічення

№	Тип сленгізму	Сленгова одиниця
1.	А	Dude
		Bruh
		noob
		kiki

		epic
		What the hell
		guy
2.	Б	nope
		FIRE
		god man
3.	В	LOTTA
		wussup
		Sheesh
4.	Г	ur
		xD
		OMG
		WTF
5.	Д	tho
		subs
		sus
		Cuz

З метою проаналізувати та описати функції сленгових одиниць, була використана теорія К. Аллан та К. Беррідж для класифікації функцій мережевого сленгу. Отримані дані дослідження подані у таблиці:

№	Сленгова одиниця	Характеристика	Функція сленгізму
1.	Dude	Слово, яке вживають у якості звертання	Звертання
2.	kiki	Сленгова одиниця, яка використовується для позначення неформальної зустрічі або вечірки	Створення дружньої атмосфери
3.	Bruh	Одиниця для звернення до осіб чоловічої статі. Слово використовується як у дружніх розмовах, так і у конфліктних, неприязних ситуаціях .	Звертання
4.	noob	Сленгізм для позначення недосвідченої людини. Зазвичай використовується стосовно онлайн-гравців.	Вираження презирливого ставлення
5.	epic	Одне з найпопулярніших слів інтернет-користувачів.	Висловлення вражень
6.	what the hell	Реакція на дивну чи неочікувану ситуацію або подію.	Вираження гніву
7.	guy	Одиниця, яка використовується для дружнього звертання.	Звертання
8.	nope	Сучасний спосіб сказати «ні» у неформальній ситуації.	Створення дружньої атмосфери
9.	FIRE	Метафоричне позначення прекрасного та яскравого об'єкта.	Висловлення враження

10.	god man	Сленгова одиниця для опису популярного серед жінок, гарного чоловіка	Вираження позитивного враження/захоплення
11.	LOTTA	Абревіатура словосполучення «lot of», вимова якого наближена до звучання абревіатури.	Створення дружньої атмосфери
12.	wussup	Скорочена форма словосполучення «what's up» – сленгова одиниця для привітання, аналогічна до «hi».	Створення дружньої атмосфери
13.	Sheesh	Сленговий вигук неочікуваності або роздратування, зі значенням «чорт»	Вираження здивування
14.	ur	Скорочена форма «your / you're / you are», яка використовується для звертання	Звертання
15.	xD	Символ зі значенням смайлу, який сміється із зажмуреними очима	Створення дружньої атмосфери
16.	OMG	OMG – абревіатура «oh my gosh» або «oh my God». Це популярний вигук для висловлення здивування.	Висловлення враження
17.	WTF	Абревіатура словосполучення «what the fuck». Це популярний спосіб висловлення розчарування або гніву в онлайн-чаті. Зокрема, одиниця часто застосовується на ігрових платформах.	Вираження гніву
18.	sus	Усічена одиниця «suspicious», яка використовується для вираження звинувачення у підозрілій поведінці.	Висловлення підозри

19.	tho	Швидкий спосіб написати слово «though».	Створення дружньої атмосфери
20.	subs	Скорочена форма одиниці «Subwoofers», яка має значення «виродки»	Висловлення негативного ставлення
21.	Cuz	Скорочення, яке співпадає зі звучанням слова «'cause», яке означає «тому що, оскільки»	Створення дружньої атмосфери

Вищезазначена 21 одиниця – це сленгові слова, які відображають сім функцій на основі теорії Аллан та Беррідж [89]. Були визначені одинадцять функцій використання сленгових слів в коментарях на YouTube каналі стрімера Shroud [75]. Дослідження вибірки показало, що 4 сленгових слів мають функцію звертання, 7 сленгових слів, які мають функцію створити дружню атмосферу, 4 сленгові слова, які мають функцію вираження вражень, 2 сленгових слова, які використовуються для вираження висловлення призиристого/негативного ставлення, 1 сленгізм для вираження підозри, 2 сленгових одиниці для висловлення гніву та 1 сленгізм, який передає емоцію здивування. Аналіз одиниць мережевого сленгу показав, що найбільш домінуючої функцією використання сленгового слова під час мережевого спілкування – створити дружню атмосферу.

Тенденція до економії часу та зменшення кількості активних мовних одиниць у повсякденному мовленні зумовлена потребами людського мислення та спілкування. Мовна економія активує процеси, які сприяють стислості вираження змісту висловлювання, у результаті відбувається «видалення» малоінформативних сленгових елементів, збільшується інформаційна стислість висловлювання, а отже, пришвидшується темп спілкування [2; с. 34]. Чітко прослідковується тенденція до економії зусиль для спілкування, яка актуалізується шляхом компресії слова за

допомогою складового скорочення: усічення (ущільнення) слів (аферези, синкопи, апокопи), ініціальних абревіатур та телескопії (стягнення).

З метою визначення ставлення української молоді до популярного онлайн-сленгу та літературної мови, масштабів впливу сучасного технологічного буму, було проведене опитування п'ятдесяти українських студентів та школярів. Ми поставили студентам таке питання: «Чи користуєтеся Ви інтернет-сленгом під час спілкування онлайн?». 16% опитаних постійно користуються мережевим сленгом, 2% – рідко, 27% студентів дали не вживають нетспік. Однак, 55% опитаних зізналися, що час від часу використовують сленгову лексику. Відповіді на наступне питання: «Яке Ваше ставлення до інтернет-сленгу?» дозволили отримати таку статистику: позитивне ставлення до нетспіку мають 15% студентів. Негативно ставляться 19% опитаних, зокрема 43% студентів стверджують, що використання мережевого сленгу не завжди виправдане, 23% вважають, що у більшості випадків інтернет сленг є доречним. З метою визначити масштаби впливу сленгової мови на мислення суспільства, було запропоноване таке запитання: «Чи вважаєте Ви себе залежним від соцмереж?». Згідно з отриманими результатами, 65% анкетованих студентів не уявляють себе без соцмереж. 13% ставляться до соцмереж нейтрально. 22% не вважають себе залежними. На питання «Чи впливає мережеве спілкування на Ваші відносини з друзями та сім'єю?». 20% респондентів відповіли ствердно, 80% вважають, що інтернет-спілкування не впливає на близькі стосунки. Останнім запитанням анкети було наступне: «На Вашу думку, яка причина популярності сленгу?». 55% анкетованих студентів відповіли, що сленгові одиниці допомагають простіше висловлювати свої думки; 3% не знають відповіді на це питання, а 42% думають, що інтернет-сленг – це модно (див. Додаток Е).

Отже, проведене соціолінгвістичне дослідження виявляє проблеми, які, на жаль, можуть становити загрозу як мовній, так і загальній культурі молодих людей. Звичайно, проведене анкетування в окремому регіоні не може претендувати на вичерпність відповідей та повномірних висновків, та все ж змушує задуматися й діяти з метою покращення ситуації. Популярність комп'ютерного сленгу серед представників сучасного покоління та надмірне захоплення специфічною лексикою

заважає повноцінному розвитку навичок спілкування на діловому або науковому рівнях, сприяє спрощенню особистісних якостей людини [15; с. 206]. Молодь не усвідомлює масштаби впливу сленгу на культуру та ментальність українців, не вважають проведений час онлайн шкідливим для реального спілкування з рідними та друзями. Сучасне покоління не дарма вважається технологічним, адже саме сьогодні молодь приділяє більшу частину свого часу віртуальному життю, є мультифункціональними та мультизадачними – паралельно виконують декілька задач, що значно впливає на якість результату [22; с. 107].

Важливими є спостереження української дослідниці С. Мартос, яка наголошує на активній українізації мережевого словника: «На сучасному етапі в українському слензі спостерігаємо значно меншу кількість англійських запозичень (в основному вони стосуються таких компонентів, як музика і комп'ютер). Поширюється процес адаптації запозичених лексем до законів української мови» [32; с. 15]. С. Мартос також наголошує, що об'єктом сленгової мовотворчості часто виступають реалії, поняття, постаті, наявні в українській дійсності. У ролі особливостей сленгового словотвору дослідниця відзначає високу частотність вживання зменшено-пестливих суфіксів, а також високу продуктивність згрубілих суфіксів. С. Мартос наголошує також на високій частотності вживання молоддю фразеологізмів, головним чином емоційно-зabarвлених, стилістично-знижених.

Поняття «культурна людина» охоплює вміння грамотно говорити, чітко та правильно викладати свої думки. Інтернет-користувачі повинні не лише оперувати сленговими одиницями, але і володіти літературною мовою на високому рівні. Важливо, щоб комп'ютерний сленг не ставав на заваді розвитку і становленню людини, щоб замість нього, з'явилися інші цінності, а мова, доцільна для відображення світу певного вікового періоду поступово набувала рис літературної норми. У процесі навчання мови часто не враховуються умови реального спілкування людей [18; с. 53]. Викладачі зосереджені на самій мові, мовній системі, а не особливостях живого спілкування. Це породжує небажання використовувати на практиці знання, отримані під час навчання.

ВИСНОВКИ

Вивчення мережевого сленгу в умовах активного технологічного розвитку та віртуальних міжнародних контактів набуває дедалі більшої актуальності, оскільки існує невирішена проблема відсутності ґрунтовних досліджень основних тенденцій у мові інтернет-користувачів, обумовлених процесами глобалізації світу; адже мережевий сленг є гнучкою лексичною системою, яка постійно змінюється та поповнюється новими одиницями, внаслідок глобальної трансформації життя суспільства.

Сленгові одиниці, які вживаються під час онлайн-комунікації, входять до соціолекту, адже сленг – мова певної соціальної групи (інтернет-користувачів) у рамках окремої національної спільноти. Дослідники-лінгвісти досі намагаються досягти консенсусу щодо визначення поняття «сленг». Термін «сленг» у сучасному світі, зазвичай, асоціюється саме з мовою спілкування онлайн або «трендовою» мовою. Мережевий сленг має характерні ознаки та особливості, які відрізняють його від одиниць аргю та жаргону.

Узагальнюючи проведений аналіз близьких за значенням понять, можна зробити висновок, що більшість вчених відносять засекречені мови до аргю, а до жаргону – інші соціальні та професійні мовні одиниці. Сленг вважається повним синонімом загальноживаного слова, або жаргонізованою розмовною мовою. Зокрема, сленг є антиподом літературної мови, завдяки яскравому емоційному забарвленню, порушенням консервативних правил англійської мови, використанню емоджі, вульгарних слів та метафор.

Інтернет-користувачі послуговуються сленговою мовою для того, щоб довести свою індивідуальність та оригінальність, транслювати бажаний емоційний ефект, а також, щоб висловити протест проти навколишньої дійсності; консервативності та обмеженості літературної мови, нейтральному висловленню думки та «старомодного» листування. Крім цього, сленг окремих субкультур є маркером приналежності до обмежених соціальних груп та їх вербальною ознакою. Варто зазначити, що сленгова лексика часто використовується для позначення нового

предмета або поняття, для якого відсутній відповідник в літературній мові та її діалектах, або за умови, якщо мовцю не вдалося підібрати відповідник. Однак, значну частину одиниць мережевого сленгу становлять лексичні одиниці, які є дублетами нейтральних лексичних одиниць та мають більш яскравий експресивно-емоційний вплив на співрозмовника.

Інтернет-сленг сприяє кардинальним змінам літературної мови, її осучасненню та гнучкості. Сленгові одиниці поступово входять до складу загальноновживаної лексики та втрачають свій ненормативний статус. Мережева мова мінлива та неоднорідна, вона поділяється на декілька сфер функціонування, зокрема: шкільний та студентський сленги, сленг субкультур (музичних, спортивних та арт-субкультур, а також нетспік). Мережева мова поділяється на загальноновживані сленгізми, якими користуються більшість представників інтернет-користувачів, та спеціальні сленгові одиниці, популярні лише в певних, часто закритих, об'єднаннях людей.

Наразі існує не лише писемна та усна сленгова мова, але й нетспік, який активно розвивається завдяки спілкуванню в мережі інтернет. Існування англійського інтернет-сленгу соціологічно обумовлене, адже з одного боку, це своєрідний протест проти офіційної літературної мови з її нормативністю та кодифікацією, що спонукає суб'єктів спілкування до формування власної гнучкої, сучасної, жартівливо-гумористичної мови; з іншого боку, значний вплив на створення сленгізмів має розвиток технологій та віртуалізація спілкування; зокрема, англійський мережевий сленг виступає своєрідним способом кодування інформації для відокремлення від стандартизованих одиниць комунікації. Задля досягнення динамізму, завдяки якому його онлайн-спілкування здається більш реальним та сучасним, мережева мова постійно змінюється, що дозволяє виконати основне призначення нетспіку – транслювати більше, написавши менше. А отже, можна говорити про мінімалізм та динамізм як про ключові технічні характеристики письма онлайн-користувачів, що сприяє збільшенню популярності цього пласту лексики серед великого кола людей.

Сленгова лексика кіберзони відбиває мовну картину світу сучасного англомовного суспільства. Активні номінаційні процеси, які відбуваються в мережевій мові субстандарту, сприяють утворенню нової лексики в процесі інтернет-

комунікації, поповненню та оновленню словникового складу сучасної англійської мови, проте нові лексеми зазвичай грубі та вульгарні, а застосування буквено-цифрових кодів замість нормативних символів, використання іншомовних морфем у письмовій комунікації, порушення лексико-граматичних норм, нівелювання усталених мовних традицій – сприяє руйнуванню норми англійської літературної мови. У свою чергу, для української мови характерне активне запозичення іншомовних понять, у результаті більш повільного темпу розвитку, зокрема, це стосується розширення української терміносистеми. Тож існує потреба формування словників українського сленгу та пошуку україномовних еквівалентів іншомовним сленговим одиницям, що сприятиме збереженню статусу української мови.

1) Здійснене зіставлення характеристики поняття «сленг» з іншими видами мовного субстандарту – «арго», «жаргон» та «професіоналізми» – сприяє розумінню цього поняття як комплексного явища у сучасній мовознавчій парадигмі. Здійснене зіставлення дає змогу зробити висновок про прагматичний характер сленгової мови, а відтак – доцільність її порівняння з іншими нестандартними пластами мови задля кращого розуміння картини сучасного світу та культурних змін інтернет-користувачів.

Мережевий сленг є широким поняттям, яке охоплює різні мовні засоби, відтворює ідіолект суб'єкта спілкування, його емоції, виконує певні функції та має характерні особливості вживання, зокрема, передача порушення усталених мовних норм, тому зрештою вважається неформальним. Оскільки сленг – це мовний пласт, який відрізняється від інших субмов граматичними, фонетичними та лексичними особливостями; він змінюється, залежно від інтересів учасників спілкування, рівня освіченості, особистих якостей, території та культурної приналежності. Зокрема, нетспік сприяє змінам літературних норм та мовленнєвих особливостей членів суспільства, та глобальній зміні тенденцій і мислення людей.

2) У сучасному мовознавстві існує два види мережевого сленгу загальний та спеціальний, що актуалізовано в нашій роботі. Серед джерел поповнення цього пласту англійської лексики переважають одиниці з розмовної мови. Загалом переважають одиниці з негативною конотацією.

Класифікація одиниць мережевого сленгу здійснювалась на основі критерію спільності інтересів інтернет-користувачів, які активно вживають у спілкуванні субстандартні лексичні одиниці, способів творення мережевих сленгізмів, їх функцій та популярності у межах інтернету та поза ним. Сленгові одиниці формуються за аналогічним принципом творення нових загальноновживаних слів, а саме завдяки трьом трансформаційним процесам: лексичному, граматичному та семантичному, які ми зафіксували, аналізуючи способи творення онлайн-сленгізмів.

Отже, інтернет-сленг є корпоративно-віковим, соціально-психологічним, творчим засобом спілкування інтернет-користувачів, що потребує постійного спостереження та ретельного дослідження.

3) Зважаючи на прагматичні особливості сленгової мови та екстралінгвістичні фактори, які мають вагомий вплив на поширення сленгізмів, мережева лексика поділяється на власне сленг, табуйовану лексику та одиниці, які лише тимчасово входять до специфічного пласту мови та сприймаються як сленгізми у мережі інтернет. У більшості випадків, мережеві сленгізми утворюються не за принципами словотворчої моделі (з порушенням семантичної сполучуваності або ж при транспозиції), а завдяки спонтанним фонологічним уподібненням (інколи це можуть бути помилки-обмовки), що закріплюються в мові та стають популярними серед користувачів інтернет-платформ для спілкування.

У нашій роботі були проаналізовані фактори, які сприяють популяризації мережевих сленгізмів: мода та відповідність тенденціям. Згідно з теорією К. Аллан та К. Беррідж, ми проаналізували вибірку та виділили 7 функцій мережевих сленгізмів: звертання, приниження, створення дружньої атмосфери, висловлення вражень, вираження гніву та демонстрація довіри. Сленгові одиниці є яскравими засобами сучасного соціолекту, які передають характерні особливості користувачів мережі Інтернет, тому цей специфічний пласт лексики неофіційний, вільний, відкритий до змін та нововведень, експресивний, та емоційний. Мережевий сленг є результатом користувачької мовотворчості, у якій вербально відтворюється внутрішній світ людини. Ми виділили численні сленгізми, що мають метафоризований зміст; зменшено-пестливі та грубі форми. Характерними семантичними рисами є

надмірність, гіперболізація, експресивність, ненормативність, комічність, грубість, мінливість, які проявляються внаслідок невимушеної атмосфери спілкування, економії часу та відсутності візуального контакту. Аналіз одиниць мережевого сленгу показав, що домінуючою функцією мережевих сленгізмів є створення дружньої атмосфери під час мережевого спілкування. Більшість вибраних сленгізмів вживають не лише представники професій, пов'язаних з комп'ютерами, але усіх сфер діяльності, отже, наразі не існує відмежування за професійним призначенням.

З метою здійснити розгорнутий аналіз одиниць мережевого сленгу, ми взяли за основу класифікації Л. Ставицької, В. Вілюмана, М. Матвійчука та загальноновживані моделі утворення сленгу. Зокрема, було проведене детальне дослідження вибірки сленгізмів мережевої комунікації згідно з класифікацією дослідниці Е. Береговської, яке дозволило визначити, що основні шляхи творення сленгізмів у англomовному сегменті інтернет-мережі. У результаті проведеного аналізу вибірки, ми з'ясували, що найбільш розповсюдженими шляхами формування сленгізмів є: основокладання (31%); скорочення (36%) та афіксація (21%).

Отже, вживання скорочень, графічних символів, метафор, цифрових елементів, та інших мовних засобів інтернет-користувачами, замість нормативних одиниць у процесі спілкування, суттєво зменшило обсяг текстових повідомлень під час спілкування у мережі, що дозволило економити мовні ресурси та час у межах письмово закріпленої форми онлайн-комунікації. Мережевий сленг вживають користувачі, не залежно від сфери діяльності, віку, статі чи захоплень. Завдяки вищезазначеним функціям, нетспік є популярним серед користувачів, які бажають швидко, яскраво та зрозуміло транслювати свою думку. На нашу думку саме мережева мова може стати загальноновживаною мовою світу.

4) Окреслено теоретико-методологічний апарат, релевантний у контексті комплексного підходу до вивчення мережевого сленгу, розроблена методика дослідження лексико-семантичних, морфологічних та синтаксичних особливостей цього пласту лексики як комплексного алгоритму розкодування смислу та форми первинної одиниці. На першому етапі з'ясовано зміст понять сленг, арго, професіоналізм, жаргон та мережевий сленг. Визначено чіткі формулювання

вищезазначених термінів, з метою чітко відмежувати сленг від інших пластів лексики. На другому етапі дослідження було сформовано емпіричну базу розвідки. Методом суцільної вибірки з онлайн-платформ виокремлено 227 мережових сленгізмів. На третьому етапі встановлено та систематизовано типи, джерела формування, функції, шляхи творення, та моделі перекладу сленгових одиниць інтернет мережі. Цей етап дослідження передбачав залучення контекстуального, структурно-семантичного, компонентного, системного та порівняльного аналізу та порівняльного аналізу форми та змісту. На четвертому етапі проаналізовано основні тенденції розвитку, шляхи впливу на мислення, культуру та цінності суспільства мережевого сленгу; визначено масштаб впливу англomовного нетспіку на свідомість та розвиток українців. Зокрема, були визначені відсоткові дані, отримані в процесі аналізу; сформовані висновки, на основі поставлених завдань та мети роботи. Цей етап дослідження вимагав залучення порівняльного методу, методу кількісних підрахунків, методів дедукції та індукції.

5) Динамічний розвиток новітніх технічних засобів інтернет-комунікації (блоги, соцмережі, форуми, додатки обміну повідомленнями, коментарі, ігрові чати та ін.) виводять комунікацію в інтернет-просторі на новий щабель, що сприяє зниженню матеріальних витрат на процес спілкування в інтернет-мережі, робить комунікацію зручнішою та швидшою. Однак, внаслідок світового прогресу, трансформується і дискурс, що вносить корективи в консервативну англійську мову та культуру англomовних інтернет-користувачів. Аналіз, проведений у рамках цієї дипломної роботи дозволив визначити девіаційні процеси на морфологічному, синтаксичному та текстовому рівнях. З метою визначити причини та мету вживання мережових сленгізмів, були проаналізовані його основні функції: номінативну, когнітивну, експресивну, ідентифікаційну та функцію економії часу.

Отже, лексико-стилістичні, синтаксичні та комунікативно-прагматичні прийоми інтернет-користувачі використовують, з метою втілити певні принципи мережевого спілкування – уникати офіційності та обмежень консервативної англійської мови та дати можливість учасникам віртуальної комунікації, сформувані особистий стиль мови, стати членом обмеженої групи та, таким чином, виокремити себе з-посеред інших учасників спілкування та створити дружню атмосферу.

б) Ключова мета створення ігрових термінів полягає у необхідності швидко та зрозуміло передати інформацію під час гри. Зокрема, одним із завдань ігрового сленгу є спрощення спілкування у ігровій спільноті щодо процесу гри, подій у кіберспорті тощо. Суб'єкти спілкування онлайн використовують мовну гру. Під час комунікації в чатах онлайн-платформ, коментарях, або месенджерах, суб'єкти спілкування не дотримуються граматичних правил, адже літературна мова не вважається засобом повсякденного спілкування сучасного покоління. Таким чином виникають нові слова, які згодом використовуються ширшою групою людей, які не є членами ігрової спільноти та проникають у пласт загальноповсякденної лексики.

Наше дослідження показало, що сленг є ефективним способом транслювати думки, почуття та емоції за допомогою експресивних лексичних одиниць. Серед мережових сленгізмів переважають одиниці з негативною конотацією. Сленгові одиниці, які є яскравими засобами сучасного соціолекту, передають характерні особливості гравців, тому цей специфічний пласт лексики неофіційний, вільний, відкритий до змін та нововведень, експресивний, та емоційний. Геймерський сленг є результатом користувачької мовотворчості, у якій вербально відтворюється внутрішній світ людини. Значна кількість понять мають метафоризований зміст; зменшено-пестливі та грубі форми. Характерними семантичними рисами є надмірність, гіперболізація, експресивність, ненормативність, комічність, грубість, мінливість, які проявляються внаслідок невимушеної атмосфери спілкування, економії часу та відсутності візуального контакту. Вищезазначені екстралінгвістичні чинники визначають особливості мережевої мови та культури гравців, які користуються онлайн-платформами для спілкування. У ході проведеного дослідження ми ретельно проаналізували засоби передачі експресивно-емоційного, прагматичного та ідейного аспектів, завдяки віртуальним одиницям спілкування. Так, комунікативна мета здебільшого відтворюється за допомогою смайлів, пунктуаційних знаків, візуальних засобів та прагматичних смислових зв'язків. Зі свого боку мовленнєва когезія реалізується завдяки введенню різноманітних повторів мовних одиниць. Зважаючи на вищезазначені особливості онлайн-комунікації, ми прийшли до висновку, що сучасне спілкування онлайн успішно функціонує на рівні з

реальним та дозволяє повномірно відтворити бажаний ефект на об'єкта повідомлення, що в цілому сприяє діджиталізації повсякденного життя.

7) Найбільшу частину інформації людина сприймає, насамперед, вербально, тому нетспік в цьому процесі відіграє одну з ключових ролей, адже наразі людство усе частіше віддає перевагу спілкуванню онлайн. Крім цього, мовна культура є складником загальної культури людини. Тенденція до пришвидшення темпів розвитку зумовлена змінами людського мислення та спілкування. Економія часу на спілкування активує процеси, які сприяють стислості вираження сенсу висловлювання, що стає причиною вилучення малоінформативних сленгових елементів, збільшується інформаційна стислість висловлювання, а отже, пришвидшується темп спілкування. Зокрема, існує тенденція до економії зусиль для спілкування, яка актуалізується шляхом компресії мовних одиниць. Зокрема, сучасні інтернет-користувачі активно вживають нові комунікативні одиниці – образи, знаки, піктограми, які постійно поповнюються, внаслідок мінливості нетспіку. Онлайн спілкування сучасного покоління відрізняється від загальноприйнятого численними порушеннями нормативної граматики сучасної англійської літературної мови.

Ми дослідили типи сленгових одиниць за теорією К. Аллан та К. Беррідж та з'ясували, що домінуючими функціями мережевого сленгу є створення дружньої атмосфери, а найпоширенішою причиною появи сленгізмів є бажання відповідати течії моди. Комунікація онлайн передбачає використання коротких та «швидких» повідомлень, що сприяє деформації культури та формуванню кліпового мислення у представників сучасного покоління. Отже, розгляд цієї важливої групи питань, визначення шляхів їх вирішення, забезпечення інформування та введення обов'язкової дисципліни онлайн-грамотності у школах і в університетах, для подолання нагальних проблем деградації культури сучасного суспільства.

8) Онлайн-сленг – це продукт культури, технологій та суспільства, його активно вживають представники всіх груп населення. Завдяки сленгу мова постійно оновлюється, розширюється; з'являються нові значення відомих понять, що полегшує спілкування, а головне – удосконалює мову, робить її більш вільною та гнучкою. Однак, надмірне використання нетспіку в онлайн-комунікації та в реальному житті

може мати негативні наслідки для культури, засмічувати мову, та обмежувати мисленнєві процеси молодого покоління. Мережевий сленг – це соціологічне, а не суто мовне явище, яке застосовується для позначення соціальних відмінностей. Використання специфічної експресивно забарвленої лексики забезпечує позитивне сприйняття інтернет-комунікації, як цікавого, сучасного та швидкого способу обміну інформацією та передачі емоційного стану. Англomовний сленг проникає у загальноновживаний пласт лексики не лише англійських користувачів, але й українців. У нашому дослідженні ми визначили основні причини проникнення англomовного сленгу в українську мову, виділили джерела україномовного мережевого сленгу та проілюстрували формування україномовного мережевого соціодіалекту.

Статистичні дані, отримані шляхом опитування молоді показали, що сучасний вплив на мислення, культуру та спілкування збільшується паралельно з технологічним прогресом. Молоді інтернет-користувачі активно застосовують нетспік у повсякденному спілкуванні не лише онлайн, але й у реальному житті. 55% анкетованих час від часу вживають мережевий сленг, а 16% роблять це постійно. Зокрема, більшість з опитаних, а саме 65%, не уявляють свого життя без соцмереж, що сприяє негативним змінам у культурі та обмежує живе спілкування. Більшість опитаних (55%) вважають, що сленг допомагає простіше висловити свою думку. Зокрема, 42 % респондентів вважають мережевий сленг трендом.

Використання мовних одиниць в інтернет-спілкуванні можна назвати новим явищем, яке прогресує разом з глобалізацією та діджиталізацією суспільства. Нетспік має характерні семантичні, структурно-семантичні та граматичні девіації, спрямовані на створення нового стилю онлайн-спілкування, що часто призводить до трансформації усталених норм лінгвокультурного простору та свідомості сучасних людей. Використання сленгу має бути доречним та обмеженим, тобто його слід вживати «в потрібному місці та в потрібний час». Проте розуміння сленгу у якості прерогативи соціальних низів та окремих вікових груп наразі не відповідає трендам і цінностям суспільства.

Варто згадати слова української дослідниці мережевого сленгу Л. Ставицької: «Дециця українського сленгу, розвіяного по українських мовних острівцях, мусить

колись перетворитися з мільярдів бульбашок на кристалики слів... Тільки в такому разі можна сподіватися, що відбудеться зворотній процес: соціум побачить себе у дзеркалі своєї ж мови (часто вже літературно обробленої, естетизованої) і заговорить цією мовою впевненіше, голосніше». Результати дослідження сприятимуть визначенню впливу онлайн-сленгу на культуру сучасного суспільства, переваги та недоліки мовних особливостей інтернет-користувачів. Зокрема, наша робота сформувала вектор дослідження мережевого сленгу та поклала початок укладання уніфікованого англо-українського словника мережевих одиниць.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Наукові праці

1. Арнольд, И.В. Стилистика современного английского языка. ФЛИНТА. Москва. 2012. 516 с.
2. Береговская Э.М. Молодёжный сленг: формирование и функционирование. *Вопросы языкознания*. 2006. №3. С. 32–41.
3. Білецька, О. О. Стан і тенденції мовної субкультури сучасної молоді України: монографія. *КНУКіМ*. Київ. 2016. 187 с.
4. Борисова-Лукашанец Е.Г. О лексике современного молодежного жаргона (англоязычные заимствования в студенческом сленге 60–х–70–х годов). *Литературная норма в лексике и фразеологии*. Наука. Москва. 1983. с. 104–120.
5. Бочарова Т.А. Формирование специфических сетевых жанров общения. *Информационное общество*. 2014. № 5/6. С. 50–55
6. Василенко Ю.А. Сучасний український молодіжний сленг. *Українська мова*. Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів. 2009. № 6. С. 16.
7. Верба Л.Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. *Нова книга*. Вінниця. 2003. 208 с.
8. Вілюман В.Г. Про способи утворення слів сленгу в сучасній англійській мові. *ЛНУ*. Львів. 2005. – 240 с.
9. Гальперин И.Р. О термине «сленг». *Высш. шк*. Москва. 1956. 254 с.
10. Голубовська, І. О. Мова соціальних мереж як новітній лінгвістичний феномен. *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ. 2015. Вип. 55, ч. 2. С. 49–56.
11. Горина Е.В. Дискурс интернета: определение понятия и методология исследования. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2014. № 11-2 (41). С. 64-67.
12. Горошко, Е.И., Жигалина, Е.А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное. *Вопросы психолингвистики*. Москва. 2014. –С. 286-292.

13. Грачев М.А. Механизм перехода арготизмов в общенародный язык. *Русский язык в школе*. 1996. № 5. С. 34–37.
14. 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.
15. Деревянко А.П., Куделин А.Б., Тишков В. А. Русский язык в странах СНГ и Балтии. *Наука*. Москва. 2007. 567 с.
16. Елистратов, А. А. Заимствования в спортивный жаргон: опыт контрастивного анализа (на материале английского и русского языков). *Вестник Донского государственного технического университета*. 2012. Вип. 6. С. 118–124.
17. Єрмоленко, С. Я «Знати і "фільтрувати": з практики вивчення жаргонізмів». *Українська мова й література в середніх школах, гімназіях та колежіумах*. 2005. 168–174 с.
18. Заводна, Л. «Сучасний погляд на молодіжний сленг». *Нова педагогічна думка* 1. 2014. С. 52–55.
19. Загоруйко И.Н. Интернет-дискурс в современном коммуникационном пространстве. *Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова*. Кострома. 2012. Т. 18. № 3. С. 56–60.
20. Зацний Ю. А. Развитие словарного состава современной английской лексики в 80-ти – 90-ти роки ХХ століття. *Київський ун-т ім. Т. Шевченка*. Київ. 1999. 409 с.
21. Зацний Ю. А., Янков А. В. Новая разговорная лексика и фразеология: Англо-український словник. *Нова Книга*. Вінниця. 2010. 224 с.
22. Каташинська І. В. Віртуальна освіта і формування духовних і пізнавальних орієнтирів особистості. Духовність особистості: методологія, теорія і практика: зб. наук. пр. / гол. ред. Г. П. Шевченко. *Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля*. Луганськ. 2005. № 4 (10). С. 104–111.
23. Киселёва Р. А. Стилистические функции авторских неологизмов в современной английской комической и сатирической прозе. *Ученые записки ЛГПИ им.А. И. Герцена*. Вологда. 1970. № 471. – 53 с.

24. Комиссаров В.Н. Слово о переводе / В.Н. Комиссаров. *Международные отношения*. Москва. 1973. 216 с.
25. Комлев Н.Г. Словарь новых иностранных слов: с переводом, этимологией и толкование. *МГУ*. Москва. 1995. 144 с.
26. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу. Харків: Фоліо, 2006. 350 с.
27. Котлярова, В.В., Куцова, Э. Л. Трансформация языка в пространстве Интернет-коммуникаций. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2017. Вип. 2. С. 128–130.
28. Липатов А.Т. Русский сленг и его соотнесенность с жаргоном и аргю. Семантика и уровни ее реализации. *КГУ*. Краснодар. 1994. с. 213
29. Лихачев Д. С. Арготические слова профессиональной речи. *Статьи ранних лет*. Тверь. 1993. С.95–138
30. Лукашанец, Е.Г. Вариативность как специфическая черта онлайнсловарей сленга и разговорной лексики. *Вопросы лексикографии*. 2014. Вип. 1. С. 16–31.
31. Маковський М.М. Мовна сутність сучасного англійського сленгу / М.М. Маковський. *Нова книга*. Вінниця. 2000. 160 с.
32. Мартос С. А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? *Вивчаємо українську мову та літературу*. 2004. № 11. С. 12–15.
33. Матвійчук, М. І. Особливості комп'ютерного сленгу: вживання, формування, переклад. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ, Серія «Філологія, педагогіка, психологія»*. 2011. Вип. 24. С. 97–101
34. 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.
35. Нестеренко, Ю. В. Молодіжний сленг як засіб вербалізації явищ буття англійців. *Держава та регіони, Серія «Гуманітарні науки»*. 2016. Вип. 3–4. С. 44–47.

36. Палій В. В., Англійський молодіжний сленг в інтернет комунікації: Перекладацькі інновації: матеріали XI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 19–20 березня 2021 р. *Сумський державний університет*. Суми. 2021. С. 28–30.
37. Палій В. В., Плетенецька Ю. М., The 7th International scientific and practical conference “World science: problems, prospects and innovations” (March 24-26, 2021) *Perfect Publishing*. Toronto, Canada. 2021. P. 683–687.
38. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов: Пособие для учителя. *Просвещение*. Москва. 1985. 399 с.
39. Садреев Д.Т. Молодёжный сленг в современном английском языке. *Sciences of Europe*. 2016. № 1-2(1). С. 66–68.
40. Соловьева Т. А. К проблеме сленга. *Сборник статей «Вопросы лексикологии английского, немецкого и французского языка»*. 2001. №4. С. 117–126.
41. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг. *Часопис «Критика»*. Київ. 2005. 462 с.
42. Ставицька Л. О. Проблеми вивчення жаргонної лексики: Соціолінгвістичний аспект. *Українська мова*. Київ. 2000. №1. С. 55–69.
43. Ставицька Л. О. Український жаргон. Словник: Містить близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень. *Критика*. Київ. 2005. 496 с.
44. Столярчук О.В. Эрративы как одна из тенденций в молодёжном Интернет-сленге русского и английского языков. *Вестник ПГЛУ*. Пятигорск. 2013. Вып. 4. С. 143–150.
45. Соловьева Т. А. К проблеме сленга. *Сборник статей «Вопросы лексикологии английского, немецкого и французского языка»*. 2001. №4. С. 117–126.
46. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг / Л. О. Ставицька. *Часопис «Критика»*. Київ. 2005. 462 с.
47. Ставицька Л. О. Проблеми вивчення жаргонної лексики: Соціолінгвістичний аспект. *Українська мова*. 2000. №1. С. 55–69.
48. Ставицька Л. О. Український жаргон. Словник: Містить близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень. *Критика*. Київ. 2005. 496 с.

49. Стрига Е. В., Комп'ютерний сленг у сучасній англійській мові: походження та функціонування. *Записки з Романо-Германської Філології*. Київ. 2014. С. 186–191.
50. Ткачівська М. Р. Молодіжний сленг і його класифікації. *Одеський лінгвістичний вісник №6 том 2*. Одеса. 2015. С. 114-118.
51. Тодорів Л. Д. Молодіжна субкультура як дискурсивний простір конструювання інтерпретаційних схем особистості. Постнекласичні ракурси персонологічного методологування у психології. *Психологія особистості*. Київ. 2011. № 1 (2). С. 21–28
52. Уорф Б. Л. Отношение норм поведения и мышления к языку. *Языки как образ мира*. ООО «Издательство АСТ». Москва. 2003. С. 157–201
53. Химик В. В. Современная русская лексикография: норма, традиция и реальность живой речи. *Словарное наследие В. П. Жукова и пути развития русской и общей лексикографии (Третьи Жуковские чтения): мат. междунар. науч. симпоз*. Великий Новгород. 2004. С. 107–111.
54. Хомяков В.А. Вступ до вивчення сленгу – основного компонента англійського просторіччя. *Вологодский госпед-ин-т*. Вологда. 1971. 104 с
55. Шумейко А. Сучасний український сленг: конотативний аналіз. *Дивослово*. Київ. 2011. С. 31–34.
56. Щур І. І. Українськомовний комп'ютерний сленг: формування і функціонування: автореф. дис. канд. філол. наук за спеціальністю 10.02.01 — українська мова. *Рукопис*. Київ. 2006. 20 с.
57. Щур І. І. Особливості комп'ютерного жаргону. *Рідна школа*. Київ. 2001. № 3. С. 10.
58. Burke. S. Snyder, S. YouTube: An innovative resource for college health education courses. *Intmtl. Elec. J. of Hlth Ed*. Greenville. 2008. 39 – 46 p.
59. Eskasasnanda, I. D. P. Causes and Effects of Online Video Game Playing among Junior Senior High School Students in Malang East Java. Komunitas. *International Journal of Indonesian Society and Culture*. Indonesia. 2017. P. 191–202.

60. Farmer J.S. *Slang and its Analogues. Past and Present. A Dictionary, Historical and Comparative, of the Heterodox Speech of All Classes of Society for more than Three Hundred Years. With Synonyms in English, French, German, Italian, etc.* / Edited by J.S. Farmer & W.E. Henley. *London: Kraus Reprint Corporation.* London. 1974. 381 p.
61. Flexner S.B. Preface. *Dictionary of American Slang.* *Thomas Y. Cromwell Co.* New York. 1967. c. 290
62. Holmes, J. *An introduction to sociolinguistics (2nd ed.).* *London Longman.* London. 2001. 406 p.
63. Latif, R. A., Aziz, N. A., & Jalil, M. T. A. Impact of online games among undergraduate students. *In Proceedings of the 6th International Conference on Computing A Informatics.* Kuala Lumpur. 2017. № 7(28), 523–532 p.
64. Liaw, J., Dani, N., & Johari, A. Language usage of jargon and slang in strategic studies. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences.* Australia. 2013. № 7(4), 661–666 p.
65. Meyerhoff M. *Introducing sociolinguistics.* London and New York. *Routledge.* New York. 2006. 400 p.
66. Partridge E. *Slang To-day and Yesterday: With a Short Historical Sketch and Vocabularies of English, American and Australian Slang.* *Routledge & K. Paul.* London. 1970. 476 p.
67. 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
68. Saputra, Leo, Leni Marlina An Analysis of Slang Words Used By Instagram Account Plesbol. *E-Journal of English Language & Literature.* 2019. № 8 (3): 329–339.
69. Sholeh, E. A Study Of Jargon Used By The Community Of Dota Gamers In University Of Muhammadiyah. *University of Muhammadiyah Malang.* Malang. 2015. № 2(6), p. 5– 97.
70. Stenström, A-B; Andersen, G; Hasund, I-K. Trends in teenage talk. *Corpus complication, analysis and findings.* Amsterdam. 2002. P. 131–163

71. Trimastuti, Wahyu. 2017. An Analysis of Slang Words Used in Social Media. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*. Ponorogo. Vol. 5 No. 2, p. 64–68

Джерела матеріалу дослідження

72. Сторінка соціальної мережі Інстаграм. URL: <https://www.instagram.com/kimkardashian/>

73. Соціальна мережа Фейсбук. URL: <https://www.facebook.com>.

74. Соціальна мережа Tik Tok URL: <https://www.tiktok.com/en>

75. Канал You Tube-стрімера Shroud URL: <https://www.youtube.com/c/shroud>

76. Канал You Tube-стрімера Buster URL: <https://www.youtube.com/c/Бустер/featured>

77. Канал You Tube-стрімера Ninja URL: <https://www.youtube.com/c/Ninja>

78. Онлайн гра Dota2 URL: <https://www.dota2.com/home?l=english>

79. Онлайн-гра League of Legends URL: <https://www.leagueoflegends.com/ru-ru/>

Довідкова література

80. Голикова Т. А. Лингвокультурологический словарь заимствований современного русского языка. Москва: ООО ДиректМедиа. 2010–2020 гг Часть 1. 496 с.

81. Конишевский Д.В., Кушнарера Н.В., Ветров С.А. Неологизмы цифровой культуры (активный словарь миллениала). Москва: ООО ДиректМедиа, 2019. 49 с.

82. Публічний електронний словник української мови. URL: <http://ukrlit.org/slovnyk/сленг>

83. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов: Пособие для учителя. Москва: Просвещение, 1985. 399 с.

84. Словник англійської мови. Cambridge University Press URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/>

85. Словарь молодежного сленга. URL: <http://teenslang.su>

86. Словарь геймера. URL: <https://gamer-info.com/gamer-dictionary/>

87. Онлайн-словник відповідників до запозичених слів. URL: <https://slovotvir.org.ua/catalog>

88. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/f/prajm-tajm>

89. Словник сленгу та сучасної української мови. URL: <http://myslovo.com>

90. Онлайн-словник слів та словосполучень англійського сленгу. URBAN DICTIONARY. URL: <https://www.urbandictionary.com>

91. Matthew Feurey *Modern Slang Expressions Practicus*. Seoul. 2019. 150 p.

Інтернет-джерела

92. Гусейнов Г. Ч. Берлога веблога. Введение в эрратическую семантику. Говорим по-русски. 2005 URL: http://speakrus.ru/gg/microprosa_erratica-1.htm

93. Гусейнов, Г. Неполная коммуникация в блогосфере: эрративы и литуративы [Электронный ресурс]: доклад в Кембриджском университете. URL: <http://www.speakrus.ru/gg/litulative.htm>

94. Кондратюк О. Молодіжний сленг як мовне явище. Незалежний культурологічний часопис “І”. 2005. № 38. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n38texts/kondratyuk.htm>

95. Шапочка К. А. Загальний і спеціальний сленг у системі субстандартної лексики. *Обрії сучасної лінгвістики*. 2013. Вип. 4. С. 108–114. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/obs1_2013_4_22.pdf.

96. Agarwala, A., & Pearce, M. (n.d.). Learning Dota 2 Team Compositions. URL: <http://cs229.stanford.edu/proj2014/>

97. Kleinman Z. How the Internet is Changing Language. *BBC News*. UK, 2010. URL: <http://www.bbc.com/news/technology-10971949>

98. Holland M. How YouTube Developed into a Successful Platform for User-Generated Content. URL: https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/06/06_Margaret_Holland.pdf

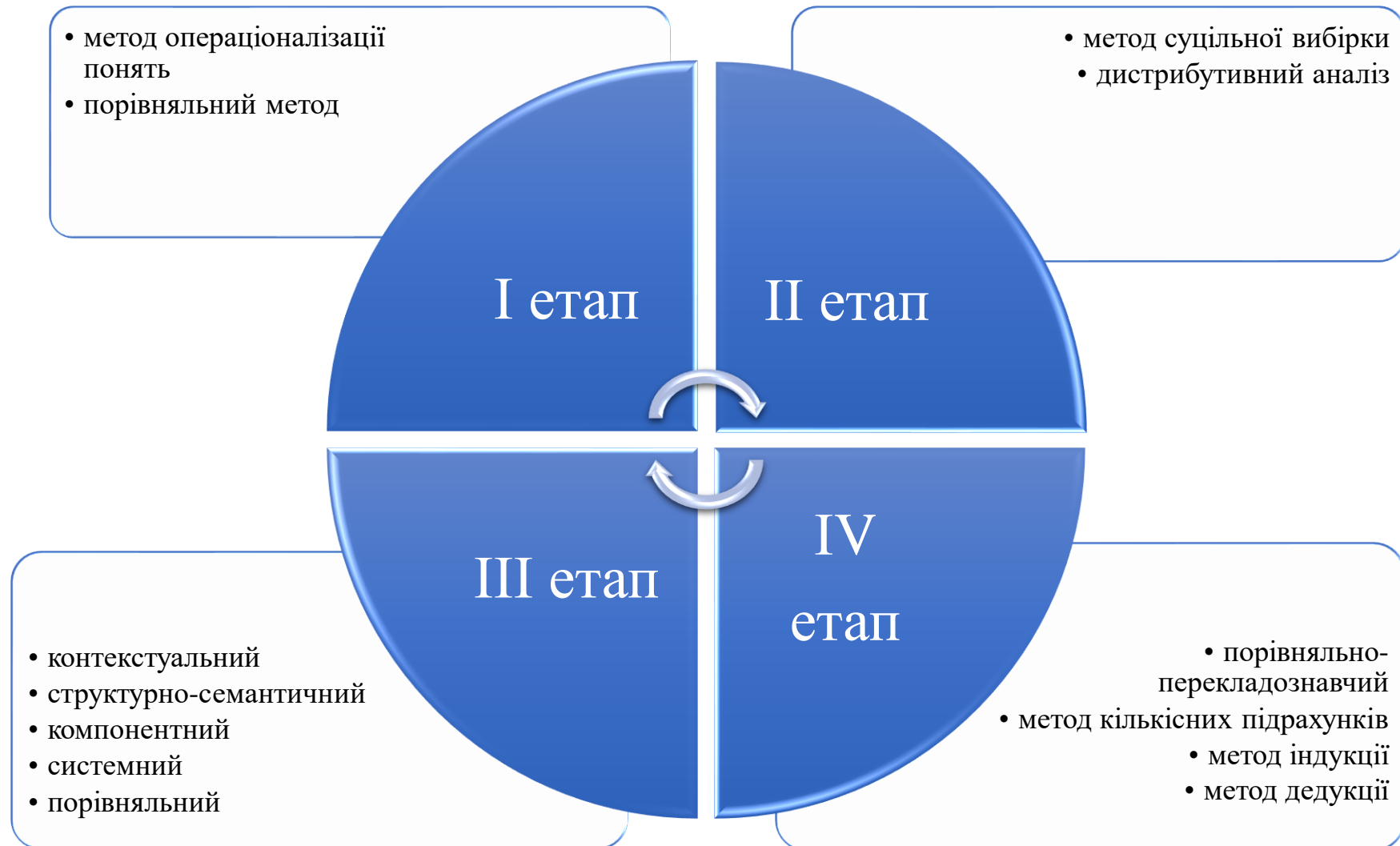
99. Jalaluddin M. Using YouTube to Enhance Speaking Skills in ESL Classroom. URL: https://www.academia.edu/29383525/Using_YouTube_to_Enhance_Speaking_Skills_in_ESL_Classroom_Using_YouTube_to_Enhance_Speaking_Skills_in_ESL_Classroom

100. Winarni W. Word Formation Analysis of Slang Language Used in Comments of Rich Brian's Youtube Channel. URL: <http://perpus.iainsalatiga.ac.id/lemari/fg/free/pdf/?file=http://perpus.iainsalatiga.ac.id/g/pdf/public/index.php/?pdf=8734/1/WINARNI%20WAHYU%20NINGSIH>

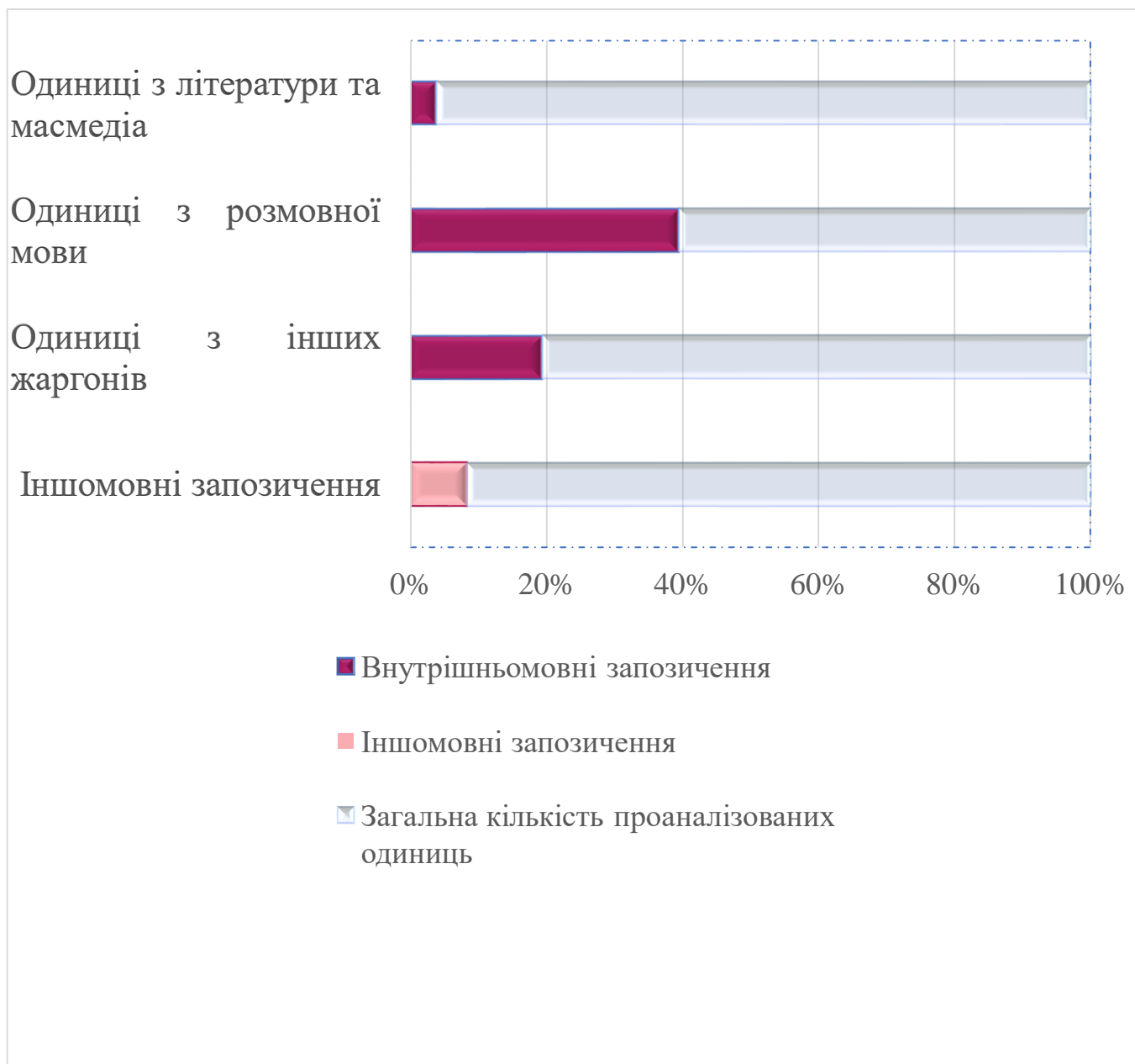
101. Westenberg W. The influence of YouTubers on teenagers. URL: https://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg_MA_BMS.pdf

ДОДАТКИ

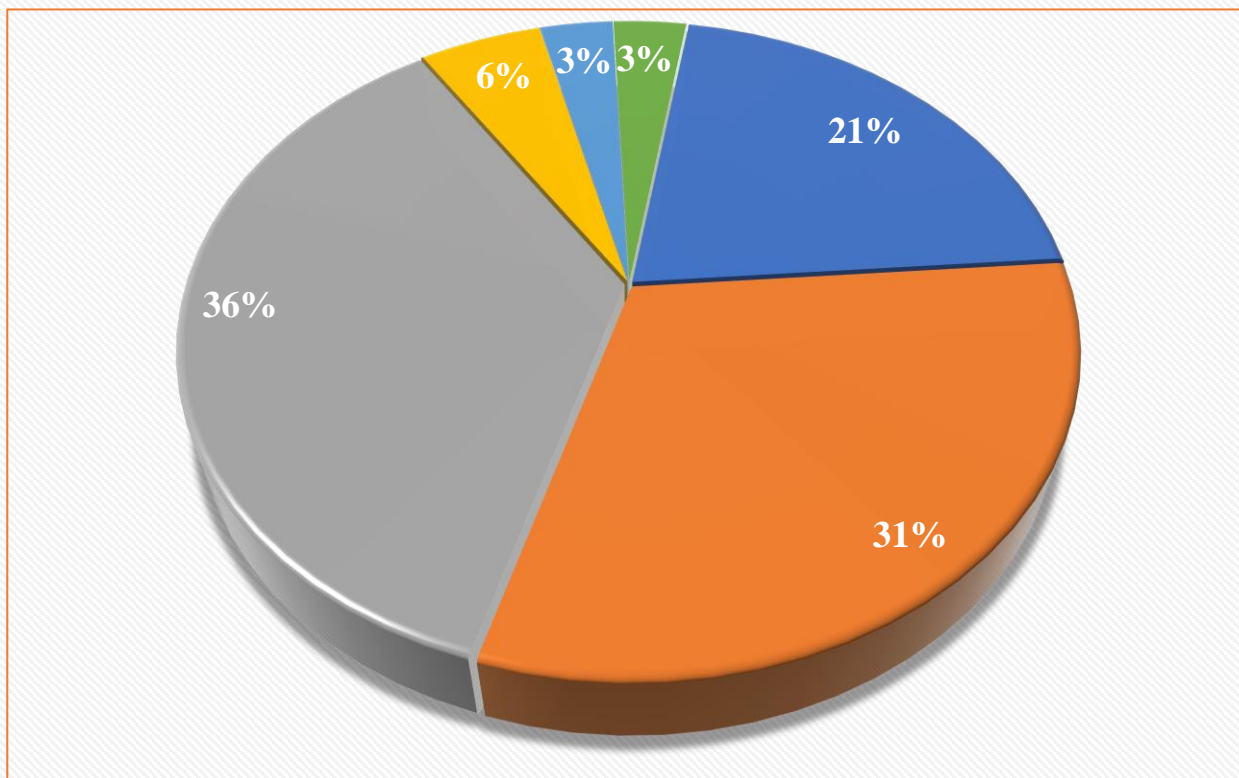
Етапи наукового дослідження



Джерела сленгових одиниць

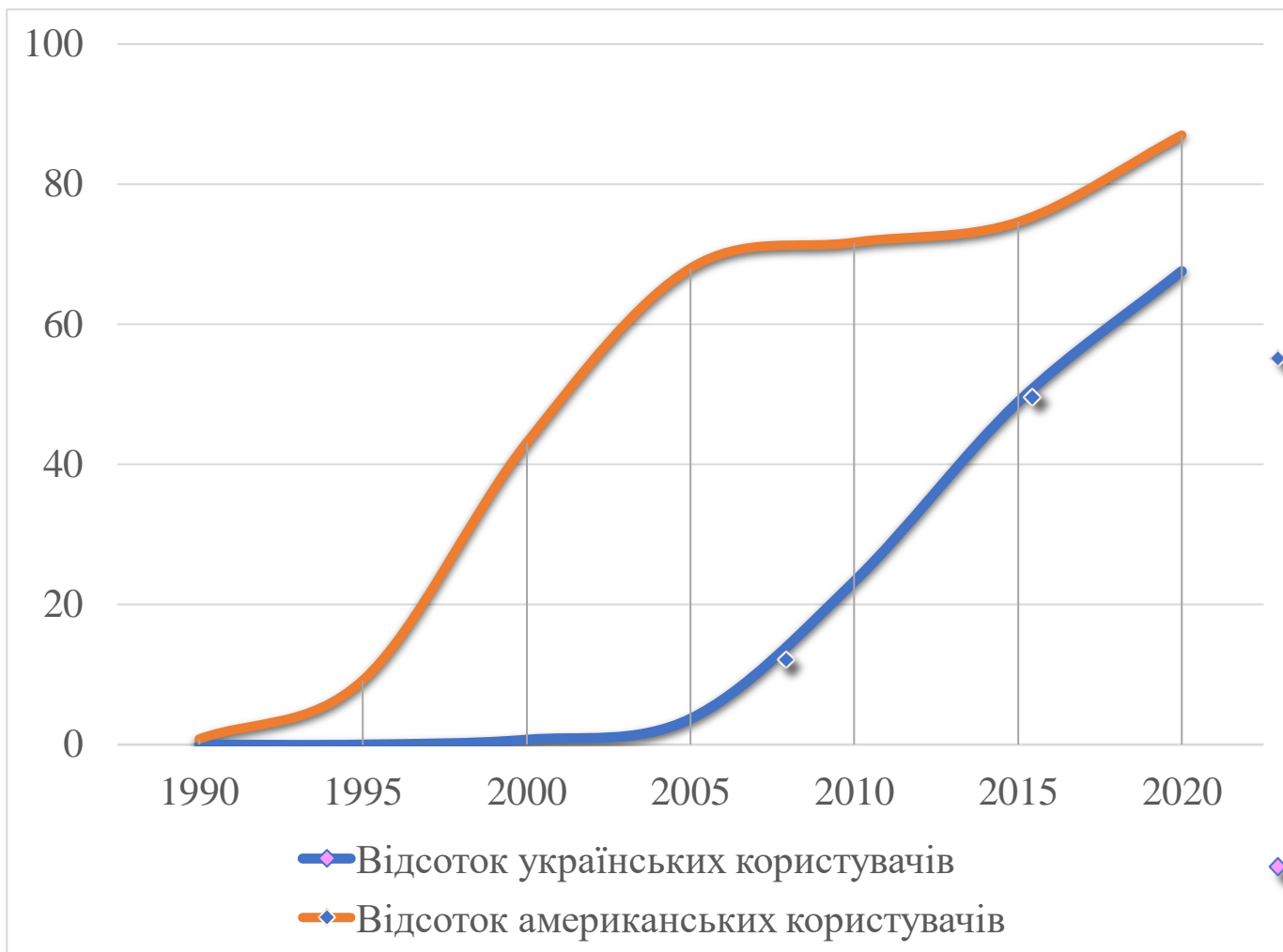


Шляхи творення молодіжних сленгових одиниць



■ Афіксація ■ Основоскладання ■ Скорочення
■ Фразові дієслова ■ Конверсія ■ Ономатопоєя

Співвідношення відсоткових показників кількості користувачів мережі Інтернет в США та Україні



Анкета

1. Чи користуєтеся Ви інтернет-сленгом під час спілкування онлайн?

Відповіді	Графік	Відсоток
Постійно		16%
Час від часу		55%
Рідко		2%
Не вживаю		27%

2. Яке Ваше ставлення до інтернет-сленгу?

Відповіді	Графік	Відсоток
Позитивне ставлення, адже мережеві сленгізми збагачують мову		15%
Використання сленгу онлайн у більшості випадків виправдане		23%
Використання нетспіку не завжди виправдане		43%
Вживання мережевого сленгу призводить до засмічення мови		19%




3. Чи вважаєте Ви себе залежним від соцмереж?

Відповіді	Графік	Відсоток
Не уявляю себе без соцмереж		65%
Нейтрально ставлюсь до соцмереж		13%
Не вважаю себе залежним		22%

4. Чи впливає мережеве спілкування на Ваші відносини з друзями та сім'єю?

Відповіді	Графік	Відсоток
Так		20%
Ні		80%

5. На Вашу думку, яка причина популярності сленгу?

Відповіді	Графік	Відсоток
Сленг допомагає простіше висловлювати думку		55%
Не знаю		3%
Інтернет-сленг – це модно		42%

Способи утворення сленгових неологізмів соціальних мереж

	Мережевий сленгізм	Спосіб творення англomовних одиниць нетспіку	Типи мережевих сленгових одиниць	Український відповідник
She's ugly so I had to skrt .	skrt	онопатоепія	Наслідування	ушиватись
See u l8r	l8r	графон		потім
Don't you know how to use kiboar!!!	kiboar	словоскладання		клава
SHEESH she lookin FINE!	Sheesh 	ефемізм емотикон		Овва! Господи! Тьху!
xD haha he must be so pissed!	xD	абревіація	Скорочення	Ха!
Did I mention he's an aussie ?	aussie	усічення, афіксація		австралійчик
Hey, buddy, whassup ?	whassup	словоскладання		Як ся маеш?
It smells bad, I like it tho	tho	усічення (апокопа)		хоча
Nah, he looks sus as fuck	sus	усічення (апокопа)		підозрілий
ADORE my subs !	subs	усічення (апокопа)	підписники	

Hey, bruh , can you send me photos?	bruh	скорочення (апокопа) вставне слово		Братик
You were such a noob at the game	noob	скорочення		зелений/новачок
We're gonna have a lotta fun.	lotta	словоскладання		Багато
What an epic fail!	epic	скорочення		епічний
Umm, ur momma.	ur	словоскладання		ти
WTF are you on?	WTF	ініціальне скорочення		Що за чорт???
OMGGGG! That baby is so cute	OMG.	ініціальне скорочення		О, Боже!
Cuz there ain't many of us left.	cuz	усічення (аферезис)		тому що
what the hell , we only live once.	What the hell	метафоризація	Течія моди	Що за?
that guy missed the point completely.	guy	метонімія		чувак
That will be a top kiki	kiki	Розширення значення		простачка
That song is just FIRE	FIRE	розширення		вогонь
Damn, look at those beezies that just walked in!	breezy	афіксація		легковажний, наївний
What a crappy thing to say about anyone!	crappy	афіксація		кепський/паршивий/дурний

We all just cracked up!	crack up	Фразове дієслово		луснути від сміху
I really screwed up at work today.	screwed up	фразове дієслово		нарубати дров, напаскудити
Mm, nope , I don't think so.	nope	антономазія, нейтралізація		ні
After i paid his mom, i said " adios "	adios	іншомовне запозичення		до побачення
OK, dude , whatever you say.	dude	розширення значення		чувак
What an evil, old troll	troll	безафіксний спосіб		провокатор
This is my doog babe!	doog	метатеза		чудовий
GOOD GOD MAN HOW DID YOU DO THAT!!	god man	словоскладання	Жарт	прекрасний чоловік
did you spy that gorgon by the entrance?	gorgon	антономазія		мегера/відьма
Hey..only I am a true netizen in the squad!!	netizen	телескопія		мережитель (інтернет-користувач)
Damnnn, you are mathemagician!	mathemagician	телескопія		геній математики
Let`s hang out. Only tea	tea (you and me)	римований сленг		ми з тобою
HAAAHA SERIOUSLY??? inde-goddamn-pendent ??? 🙄	inde-goddamn-pendent	тмесіс		Незалежний, чорт забирай!
One minute...I need to visit lady Perriam	lady Perriam	метонімія		«трон»