

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ І ЛІТЕРАТУРИ**

**МОЛОДІЖНІ СОЦІОЛЕКТИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ**

Кваліфікаційна робота здобувача  
освітнього ступеня «магістр»  
зі спеціальності 035 Філологія  
предметної спеціалізації  
035.01 Українська мова і література  
освітньої програми «Українська мова і  
література»  
Титаренко Любові Анатоліївни

Керівник: к. філол. н., доц. Циганок І. Б.

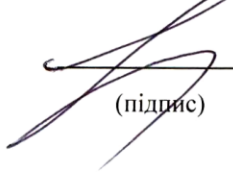
Рецензент: к. філол. н., доц. Кольцун Н. М.

Робота допущена до захисту

на засіданні кафедри української мови та літератури  
(назва випускової кафедри)

протокол № 7 від «10» січня 2020 р.

Завідувач кафедри

 Колесников А. О.  
(підпис) (прізвище, ініціали)

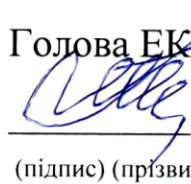
Робота пройшла публічний захист

на відкритому засіданні ЕК

«24» січня 2020 р.

Оцінка 100 відмінно  
(за стобальною шкалою) (за традиційною шкалою)

Голова ЕК

 Трущенко Т. Н.  
(підпис) (прізвище, ініціали)

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СЛЕНГОВА ЛЕКСИКА ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ОПИСУ.....	6
1.1. Поняття про сленг у мовознавчій науці.....	7
1.2. Аспекти вивчення молодіжного сленгу.....	18
1.3. Класифікація сленгізмів у сучасному мовознавстві.....	24
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. ТЕМАТИЧНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ СЛЕНГУ МОЛОДІЖНИХ СУБКУЛЬТУР.....	32
2.1. Тематична класифікація сленгової лексики аніме.....	32
2.2. Тематичний розподіл сленгу кей-поперів.....	41
2.3. Тематична диференціація сленгу фікрайтерів.....	49
Висновки до розділу 2.....	55
РОЗДІЛ 3. МОЛОДІЖНІ СОЦІОЛЕКТИ З ПОГЛЯДУ ПОХОДЖЕННЯ ТА ТВОРЕННЯ.....	57
3.1. Лексичні запозичення в соціолектах аніме, кей-поперів, фікрайтерів.....	57
3.2. Способи творення сленгових найменувань в соціолектах аніме спільнот.....	63
3.3. Фонетичне та графічне освоєння сленгових запозичень.....	66
3.4. Морфологічні риси жаргонної лексики аніме, кей-поперів, фікрайтерів.....	70
Висновки до розділу 3.....	72
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	76
СПИСОК ВИКОРИСТНИХ ДЖЕРЕЛ .....	85

## ВСТУП

Кілька останніх десятиліть сучасна мовна ситуація в Україні характеризується активізацією найрізноманітніших жаргонів, зокрема і молодіжного. Відтак одним із важливих питань сучасної лінгвістики є вивчення мовлення молодіжних субкультур, а значить і соціолектів, швидка поява яких спостерігається з другої половини ХХ ст. як реакція на перехід суспільства до постіндустріального періоду, що сприяє формуванню шаблонного мислення. Протест проти цього виражається епатажним зовнішнім виглядом, порушенням норм поведінки, формуванням власних цінностей та мови – все це визначальні ознаки певної молодіжної субкультури, серед яких «Корейська хвиля» («Халлю», «Кей-поп»), аніме, кей-поп та субкультура фікрайтерів.

Вивченням різних аспектів молодіжного сленгу займалися такі вчені, як В. Балабін [7], В. Вілюман [22], І. Гальперін [24], М. Маковський [48], Г. Менкен [91], Е. Патрідж [92;93], У. Потятиник [57] та ін.

Інтенсивний розвиток означених субкультур на території України в останнє десятиліття свідчить про незаперечну **актуальність теми**, присвячену вивченню соціолектів сучасної молоді віком від 13 до 35 років. До всього, виявлено цілковиту відсутність досліджень про сленг представників цих субкультур на матеріалі української мови.

**Мета дослідження** полягає в описі молодіжного сленгу аніме, кей-поперів та фікрайтерів як мовного явища з позицій тематичної розмаїтості, походження, творення.

Для реалізації зазначеної мети необхідно розв'язати такі **завдання**:

- 1) схарактеризувати поняття сленгу, визначити аспекти його вивчення та розглянути класифікації сленгізмів в українському мовознавстві;
- 2) описати сленг аніме/отаку, кей-поперів та фікрайтерів за тематичними групами;

3) з'ясувати особливості походження та способи творення сленгових одиниць означених соціолектів;

4) виявити специфіку освоєння іншомовних сленгізмів українською мовою на фонетичному, графічному та морфологічному рівнях.

**Об'єкт вивчення** становлять соціолекти аніме/отаку, кей-поперів, фікрайтерів.

**Предмет аналізу** – зафіксовані в їх мовленні лексичні сленгізми, диференційовані за тематичними групами ті їх фонетичні і морфологічні риси.

**Основні методи вивчення** такі:

1) квантитативний – для визначення кількості сленгізмів з метою встановлення їх частотності та структурування змісту дослідження;

2) описовий, що полягає в класифікації та характеристиці лексичних утворень соціолекту;

3) порівняльний – для зіставлення сленгових одиниць, що характеризують субкультури аніме, кей-поперів та фікрайтерів.

**Джерелом для дослідження** слугували результати Інтернет-опитування представників україномовних молодіжних спільнот аніме, кей-поперів та фікрайтерів; їхнє усне мовлення, зафіксоване під час особистого спілкування; Інтернет-словники молодіжного сленгу; а також українські Інтернет-ресурси (форуми), присвячені спілкуванню анімешників, кей-поперів та фікрайтерів.

**Наукову новизну дослідження** вбачаємо у спробі класифікувати сленгові лексичні утворення, поява яких зумовлена поширенням нових для України субкультур аніме, кей-поперів та фікрайтерів.

**Практичне значення** полягає в тому, що результати дослідження можна використовувати у роботі наукових гуртків з української мови у

середній та вищій школах. Матеріали стануть у нагоді при підготовці курсових та магістерських робіт.

**Картотека матеріалу** нараховує 710 одиниць.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення роботи оприлюднено на всеукраїнських та міжнародних наукових конференціях, а саме: «Пріоритетні напрями європейського наукового простору: пошук студента» (Ізмаїл, 19 травня 2017 р.), «Науковий пошук студентів XXI ст.: актуальні питання гуманітарних і соціально-економічних наук» (Ізмаїл, 15 листопада 2018 р.), «Актуальні проблеми сучасної філології» (Ізмаїл, 21 лютого 2019 р.), «Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії» (Переяслав-Хмельницький, 31 березня 2019), «Філологічні науки в умовах сучасних трансформаційних процесів» (Львів, 8–9 листопада 2019 р.), «Науковий пошук студентів XXI ст.: актуальні питання гуманітарних і соціально-економічних наук» (Ізмаїл, 14 листопада 2019 р.) та викладено у 6 публікаціях.

**Структура роботи.** Наукова робота складається зі вступу, трьох розділів, коротких висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури (95 позицій), списку використаних джерел (23 позиції).

## РОЗДІЛ 1. СЛЕНГОВА ЛЕКСИКА ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ОПИСУ

До сьогодні при вивченні розмовного мовлення в межах соціальної діалектології вироблено традицію використовувати варіації мовних/мовленнєвих одиниць у межах територіальних і соціальних груп. З цією метою Т. Єрофєєва вважає за доцільне ввести термін соціолект для позначення будь-якої групової чи колективної мови. За спостереженням дослідниці, в дефініції *соціолект* соціальну складову розуміють в умовно-розширеному значенні, тобто феномен мовленнєвої спільноти того чи іншого колективу треба розуміти як біосоціолект, однак для лаконічності слід обмежитися терміном *соціолект*. У це поняття «включається також поняття соціального типу, котрий виявляється у людини під впливом рис, притаманних певній расі, етнічній групі, національності, соціальному класу. З цього боку соціолект – це мовлення «середнього індивіду», котрий репрезентує свою соціальну групу, культуру; інакше кажучи, соціолект – інваріантна соціально-маркована підсистема мови» [36, с. 21].

У нашому дослідженні ми також скористаємося цим терміном, адже він цілком придатний для найменування системи сленгових одиниць, виявлених нами під час спілкування з україномовними представниками молодіжних субкультур аніме/отаку, кей-поперів, фікрайтерів.

Принагідно зазначимо, що схильність молоді до активної комунікації засвідчує тенденцію до утворення великої кількості молодіжних спільнот, які і є носіями певних субкультур. Під останніми розуміємо особливі сфери культури, незалежні цілості в межах основної культури, що відрізняється особливою системою цінностей, звичаями, нормами, традиціями, мовою. Особливе місце серед розмаїтості субкультур сучасного суспільства належить молодіжній субкультурі, Інтернет-субкультурі як специфічному,

характерному тільки цій соціальній групі способу поведінки, спілкування, світогляду.

Вужчим від поняття *субкультура* вважають близький до нього термін *фандом*, або *фендом* (англ. *fandom* – фанатство). До такої спільноти входять прихильники певного виконавця, письменника тощо. Фендому притаманні риси єдиної культури: специфічний гумор, сленг, спільні інтереси за межами групи, свої друковані видання та Інтернет-сайти. Однак більшість подібних груп не утворює субкультур, оскільки найчастіше вони зосереджені лише навколо об'єкта свого зацікавлення, не мають спільного іміджу, світосприйняття, єдиних смаків у різних сферах життя.

За нашим спостереженням, дослідження різноманітних субкультур стало досить популярним в останні 10-15 років. Це логічно, оскільки єдине поле сучасної культури розпадається на величезну кількість ціннісно-нормативних підсистем через ускладнення соціальної структури. Субкультури розглядаються не тільки в соціологічному, а й у лінгвосоціологічному та лінгвокультурологічному аспектах.

Як правило, соціолекти найпоказовіше досліджуються на лексичному і стилістичному рівнях, адже вирізняються насамперед багатством лексичного складу.

### **1.1. Поняття про сленг у мовознавчій науці**

Мова для кожного народу є тією особливою системою, яка проникає в усі сфери суспільного життя та функціонує в різних формах. Різноманітність таких форм є результатом мовної варіативності, зумовленої чисельними історичними, соціальними, культурними та іншими факторами, потребами соціуму, конкретними обставинами, в яких зароджувалася, розвивалася та функціонувала та чи інша мова, здатна задовольнити потреби суспільства в цілому та окремих соціальних, професійних, вікових та інших груп.



Визначення поняття *форми існування мови*, а також закономірностей, пов'язаних з їх функціонуванням та розвитком, вивчалися багатьма лінгвістами. Проте однастайності думок не було. Так, для позначення форм існування конкретної мови в науковий обіг введено такі термінологічні словосполучення, як підсистема мови, варіант мови, компоненти соціально-комунікативної системи, форма існування мови, різновид, варіант [1, с.11].

Традиційно під формами існування мови розуміють: 1) чисельність варіантів, самостійні мовні структури, що об'єднують групи різної ієрархії, є зрозумілими в межах одного народу, але можуть відрізнятися між собою ступенем універсальності, завершеності та сферами використання; 2) одну з конкретних форм структурної організації мови та функціонування її у певному середовищі [1, с. 44].

На нашу ж думку, поняття форм існування мови можна визначити так: це зрозумілий усім носіям мови варіант її функціонування, системного організований та комунікативно і прагматично орієнтований відповідно до потреб певної сфери спілкування, що може мати не тільки особливу лексику та фразеологію, а й фонологічну та граматичну специфіку.

Водночас у науковій літературі звернено увагу на ознаки, притаманні будь-якій формі існування мови, а саме: 1) спільність вихідного матеріалу (фонетичної та граматичної будови, значної частини вокабуляру), що є достатнім для розуміння у межах одного народу; 2) системність та відносна самостійність структури кожної з форм існування мови; 3) принципове розмежування сфер використання; 4) відмінність у рівнях досконалості, комунікативних можливостях, що є результатом використання різних форм існування мови у неоднакових за складністю сферах спілкування [1, с. 45].

Як свідчить аналіз наукової літератури, немає однастайності й у визначенні форм існування з кількісного й якісного боків.

Так, українська дослідниця О. Селіванова [61, с. 1] до таких форм зараховує літературну мову, народно-розмовну мову, койне, мову піджин, креольську мову, територіальні діалекти. Німецький учений Г. Лoeffлер (H. Loeffler) – функціональні варіанти (літературний та розмовний різновиди мови, професійні мови); територіальні діалекти, групові варіанти мови (соціолекти) тощо [90, с. 22].

Вважаємо, що доречно виділяти три основні форми існування мови: літературна, розмовна, діалекти (територіальні та соціальні).

Наукове зацікавлення для нас становить саме група соціальних діалектів, або напівдіалектів, за визначенням російського лінгвіста В. Жирмунського, який розумів їх як проміжну форму існування мови між діалектною та літературною [37]. Саме до таких напівдіалектів можна віднести мовні утворення на кшталт арго, жаргону (сленгу).

Л. Ставицька, досліджуючи соціолекти, зазначала, що праці, які тим чи іншим чином стосувалися вивчення арго та жаргону, з'являлися ще з ХІХ ст. у тогочасних словниках С. Микуцького, В. Даля. Вона зауважила, що згадки про такі дослідження зустрічаються вже з ІІ половини ХІХ ст. [66].

Серед перших праць про молодіжний жаргон М. Бойко називає наступні: розвідка Й. Дзендзелівського «Український бурсацько-семінарський жаргон середини ХІХ ст. на матеріалах повісті «Люборацькі» А. Свидницького» [30], у якій автор наводить словник на близько 60 жаргонізмів; студія «Арго українських школярів і студентів» О. Горбача, об'єктом дослідження якої став роман А. Свидницького. К. Широцький долучився до опису бурсацько-семінарського жаргону Кам'янець-Подільської духовної семінарії. Саме на основі цих матеріалів у 1998 р. Й. Дзендзелівський видав словник, у якому зафіксовано жаргонний слововжиток семінарії на початку ХХ ст. Словник К. Широцького містить 1158 лексем та фразеологізмів, а також близько 30 фольклорних текстів

(анекдотів, прислів'їв, приказок, пісень), які стають частиною уявлення читача про мовний світ носіїв бурсацького жаргону [10, с. 36].

Бурсацько-семінарський жаргон представлений насамперед такими темами: людина, картина світу, биття, покарання, лайка, навчання тощо [66].

Молодіжний жаргон на українському мовному ґрунті у 20-х рр. минулого століття вивчали О. Горбач [26], В. Щепотьєв [86]. Останній у своїй розвідці висловлює думки щодо власне соціокомунікативних та прагматичних аспектів побутування «блатної мови» в тогочасному учнівському середовищі. Говорячи про портрет мовної особистості носія молодіжного жаргону 1920-х рр. автор зазначає: «Мова підлітків, хлопців і дівчат політично-трудова школа становить собою невимовну мішанину слів українських і московських, як літературних, так і народних з величезною домішкою «блатних», або, як вони самі кажуть, «шпанських». ...Літературне слово «вкрасти» містить осуд факту. Блатні ж слова мають зовсім протилежний емоційний зміст: осуду вчинку немає. ... Ця мова вдирається в їхню поважну мову, надто в тих, хто мало начитаний і не розвинув у собі смаку до літературної мови. Отже, ця мова дедалі набирає якихось фактичних прав, має тенденцію витискати літературну мову» [86, с. 77-78].

Проте аналіз досліджень жаргону 40-х рр. XIX ст. – 20-х рр. XX ст. свідчить, що ця проблема є недостатньо відображеною в науковій літературі, адже у XIX ст. жаргони переважно просто фіксувалися у глосаріях, а теоретичних праць майже не було. Наприкінці XIX ст. – на початку XX ст. починають з'являтися поодинокі ґрунтовні дослідження.

Водночас на англомовному ґрунті використовувався термін *сленг*, що лише в першій половині XX ст. поширився в інші мови. На думку Г. Бредлі (1937 р.), його поява зумовлена бажанням «оживити» мову і домогтися тіснішого зв'язку зі співрозмовником [60, с. 307–308].

Американський мовознавець С. Флекснер (S. Flexner) вважає сленг основою справжнього словника, котрий являє собою ті слова і вирази, що використовуються порівняно великою частиною американського населення, і які зрозумілі йому, але, на думку більшості, не підходять для офіційного використання в мові [88, с. 156].

Найбільш визнаним вважають визначення англійця Е. Партріджа (E. Partridge), репрезентоване у праці «Сленг сьогодні й учора» («Slang Today and Yesterday») 1972 р. За спостереженням мовознавця, «слово *slang*, найімовірніше, співвідноситься з дієсловом *tosling* – *toutter* (англ. висловлювати словами)» [92, с. 9]. На сучасному етапі жаргон тлумачать як мову соціально-професійних груп, оскільки для нього характерний особливий склад слів і мовних виразів, відмінний від загальноживаної мови; один із різновидів соціальних діалектів, що відрізняється від загальноживаної мови використанням специфічної експресивно забарвленої лексики, синонімічної до слів загального вжитку, фразеології, іноді й особливостями вимови [92, с. 44]. Саме тому сленг можна визначити як набір особливих слів або нових значень уже існуючих слів, що використовуються в різних соціальних групах (професійних, вікових, субкультурних).

Р. Спієрс (R. Spears) у «Словнику американського сленгу» (1991 р.) визначає сленг як «мову соціально чи професійно відокремленої групи на противагу літературній мові; варіант розмовної мови, котрий не збігається з нормами літературної мови» [65, с. 85].

Терміном *сленг* користується багато людей, але найпопулярнішим він все-таки залишається серед молоді. Найчастіше його функційна актуалізація зумовлена модою або певними соціальними обставинами. Прикладом може слугувати активний розвиток сленгу в роки першої та Другої світових війн.

Дослідження сленгу в радянській лінгвістиці розпочалося з вивчення стилістики англійської мови ще з 60-х рр. ХХ ст. Так, радянський лінгвіст

О. Ахманова (1966 р.) виділяє два значення терміна *сленг*: 1) «розмовний варіант професійного мовлення»; 2) «елементи розмовного варіанту тієї чи іншої соціальної або професійної групи, які, проникаючи в літературну мову або взагалі в мову людей, не мають прямого відношення до цієї групи осіб, набувають у цих різновидах мови особливого емоційно-експресивного забарвлення» [5, с. 86].

За спостереженням Г. Судзиловського, котрий працював у цей же час, під терміном *сленг* зазвичай об'єднувалися найрізноманітніші поняття. До зазначеного вище, на думку дослідника, варто долучити ще й той факт, що сленг характеризується фамільярним забарвленням, до нього належать жартівливі й іронічні вирази; умовно його поділяють на загальноживаний та спеціальний; крім того, його використовує невелика група мовців [67, с. 46].

За словами І. Арнольд, «жаргонна лексика розмовна, нижча від загальноживаної; це лексеми, що у стандартній мові або не використовуються, або мають особливий лексико-семантичний зміст» [3, с. 183].

Наступна хвиля активізації розвитку молодіжної субмови припала на 50-ті рр. ХХ ст. Саме в цей час виникла одна з перших молодіжних субкультур під назвою «стиляги». Жаргон *стиляг* – це сленг замкненої групи молоді, якій були притаманні «пошуки «легкого життя», захоплення модними речами, західною джазовою музикою. Все це ставало об'єктом гострої критики [42].

Хоч мова *стиляг* наразі зникла, оскільки нею не користуються, однак деяку їх лексику можна почути у молодіжному середовищі і зараз. Навіть слово *стиляга* часто використовується, щоправда у значенні 'модна, стильно вдягнена людина'.

Третю хвилю можна спостерегти в 1970-80-ті рр. ХХ ст. у період застою. В цей час виникло чимало неформальних молодіжних рухів. Так,

наприклад, хіпі створили системний жаргон як мовний протест проти панівної офіційної ідеології [10].

Наприкінці 1980-х – на початку 1990-х рр. у російському мовознавстві набуває поширення дефініція *сленг* поряд з терміном *жаргон*. Але на думку окремих дослідників [92], диференціювати жаргонізми та сленгізми важко, оскільки відмінність між ними незначна, іноді непомітна. Крім того, немає абсолютних критеріїв для визначення належності слів та виразів до будь-якої з груп. Прийнято розподіляти ці групи за використанням: жаргонізми відносять до вузької сфери, водночас як сленгова лексика притаманна ширшому колу.

1990-ті рр. позначилися активізацією молодіжної субмови. Тоді на мовотворчість молоді впливали демократичні процеси у суспільстві, свобода слова, експансія просторіччя в ЗМІ тощо.

У той період починають приділяти увагу вивченню сленгу у російській мові. Серед тогочасних наукових студій про сленг можна назвати розвідки Е. Береговської (1996 р.) [9], О. Матюшенко (2007 р.) [51] та ін.

Активне вивчення сленгу українськими лінгвістами починається з першого десятиліття ХХІ ст. Найбільше уваги приділяється саме молодіжному сленгу. За словами М. Руденко, аналіз праць, у яких розглядається функціонування сленгу в українській мові (К. Бондаренко (2007 р.), С. Мартос (2001 р., 2004 р., 2005 р., 2006 р., 2013 р.), Ю. Мосенкіс (1999 р., 2004 р., 2007 р., 2009 р.), Л. Ставицька (2000 р., 2002 р., 2005 р.) та ін.), показав, що попри активне розроблення теоретичних питань сленгу та жаргонології в Україні, проблеми функціонування сленгової лексики досі залишаються у полі зору окремих вузько спрямованих досліджень [60, с. 168].

Н. Шульжук, наприклад, пише, що в процесі семантичного розвитку сленг ототожнювали з аргю та жаргоном. У вітчизняному мовознавстві

донедавна поняття жаргону використовувалося в тому ж значенні, що і сленг у зарубіжному. У лінгвістичній літературі знаходимо цьому таке пояснення: радянські дослідники з ідеологічних міркувань термін *сленг* використовували лише для опису мовних явищ англійської мови. Російські мовознавці В. Беліков та Л. Крисін наголошують на тому, що термін *сленг* є характернішим для західної лінгвістичної традиції і змістовно близький до дефініції *жаргон* [8, с. 51]. Тож, використовуватися ці два терміни можуть паралельно.

Таке ототожнення жаргону та сленгу зафіксоване й у «Словнику української мови», де сленг має зазначені нижче визначення: «1. Розмовний варіант професійного мовлення; жаргон. 2. Жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи у літературну мову, набувають емоційно-експресивного забарвлення» [118, с. 350].

У лінгвістичному словнику за редакцією В. Ярцевої знаходимо два значення терміна: «1. Жаргон. 2. Сукупність жаргонізмів, що складають пласт розмовної лексики і відображають фамільярне, подеколи жартівливе відношення до предмету мовлення» [46, с. 461].

В енциклопедії «Українська мова» (2007 р.) зазначається, що «жаргон виникає серед досить широких, переважно молодіжних, груп носіїв мови, об'єднаних спільністю інтересів, захоплень та уподобань; тривалим перебуванням у певному середовищі» [76, с. 182].

Подібне визначення сленгу (은어) подається й у тлумачному словнику корейської мови: «Сленг – це слово або вираз, яке вживається групою людей для того, щоб інші їх не зрозуміли». Тобто це лексеми, які використовуються певною професійною чи соціальною групою. Корейський сленг часто ототожнюють з просторіччям, а оскільки за його допомогою спілкується

переважно молодь, у Республіці Корея існує чимало організацій, створених для боротьби проти засмічення корейської мови жаргонною лексикою [95].

Розмежування сленгу та жаргону вважають правильним співавтори колективної монографії «Феномен українського молодіжного сленгу (сутність, розвиток, контакти)» Ю. Мосенкіс, П. Грабовий, О. Фурса (Україна) [52] та Л. Ставицька у науковій праці «Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови» [66]. Сленг і жаргон дослідники розуміють як субстандартні підсистеми мови, які включають лексико-фразеологічні одиниці, що не відносяться до літературної мови і мають емоційне забарвлення. Однак жаргон, на відміну від сленгу, обмежується у використанні вузькою професійною або соціальною групою [52, с. 20]. Так, Л. Ставицька вважала, що сленг є вторинним утворенням і включає до свого складу арго, групові та інші соціальні жаргонізми, некодифіковану розмовну мову, вульгаризми, неологізми, іншомовні запозичення територіальні діалектизми [66, с. 42].

У рівневій системі мови сленг посідає особливе місце. Наприклад, О. Матюшенко розглядає сленговий рівень як такий, що охоплює слова і вирази, властиві лише окремим групам людей (професійним, віковим, соціальним). Суттєва ознака сленгу полягає в тому, що він не призначений бути зрозумілим для всіх [51].

Крім того, науковці виділяють ще такі основні ознаки сленгу, як швидкозмінність, підвладність моді, нестабільність, невизначеність. Відповідно без лексикографічної фіксації сленг зникає, оскільки номінації такого типу швидко з'являються і так само швидко зникають з мовного обігу.

У другій половині XX ст. – на початку XXI ст. сленг продовжує розвиватися, з'являються нові його різновиди. Відбувається своєрідне поглиблення спеціалізованої лексики. У цей час поряд з загально



молодіжним шаром сленгової лексики виокремлено сленг комп'ютерний, музичний, спортивний тощо.

Однією з найскладніших мовних структур вважається молодіжний сленг, який синтезує в собі всі інші страти з неодмінною печаттю групової та індивідуальної мовотворчості, а також «вікового» мовного смаку [66, с. 190].

Терміни молодіжний жаргон чи сленг? Це питання ще й досі вважається дискусійним. Його неоднозначно і неоднаково розглядає більшість авторитетних учених. Так, М. Романова стверджує, що визначення мовної поведінки молоді як жаргон чи сленг обирається дослідниками відповідно до суб'єктивної оцінки цих понять [59]. Н. Семенова, спираючись на праці зарубіжних учених, робить висновок про точне відображення сутності молодіжної мови завдяки сленгу [62]. Молодіжний жаргон, на думку О. Уздинської, становить собою особливе відгалуження загальнонаціональної мови. Молодь віком від 14 до 25 років використовує його для спілкування, намагаючись бути ближчою в комунікативному плані; створюючи атмосферу невимушеності та відкритості всередині групи [75]. За спостереженням А. Швейцера [84], така лексика запроваджується через бульварні і досить поважні ЗМІ та Інтернет. Таким чином, у мовному обігу використовують сотні нових слів з метою відображення політичних, історичних, соціокультурних змін. Сприяють цьому і технологічні відкриття, адже кожна інновація має своє найменування. Китайський лінгвіст Ван Сінхуа стверджує: «До складу молодіжного жаргону входять одиниці, які є активно використовуваними у мовленні молодих людей віком 18–30 років. Існування молодіжного жаргону як особливого соціокультурного феномена багато в чому визначається потребою у «своїх», корпоративних, більш виразних емоційно-експресивних вторинних найменуваннях, які підкреслюють вікову та психологічну єдність молоді, її негативне чи

критичне ставлення як до офіційної культури, так і до загальноприйнятої форми спілкування» [20, с. 9].

Крім усього, загальновідомою є думка, що молодіжний сленг – це сукупність корпоративних сленгів.

Лінгвістична специфіка молодіжного жаргону полягає в тому, що йому притаманна яскраво виражена метафоричність, котра ілюструє лінгвокреативні здібності молоді; головна роль належить універсальним повідомленням, використовуваним для заміни довгої послідовності речень, що потребують великих мовних та артикуляційних зусиль; вони є своєрідними кодуваннями, незрозумілими для непосвячених; зосередженість на реаліях світу молоді; використання великої кількості вульгарних слів; застосування так званого семантичного гумору (гри слів) [80].

На такій характеристиці сленгу, як його усна форма існування акцентують увагу М. Маковський [48], Р. Спієрс (R. A. Spears) [65], І. Щур [87] та ін. Саме через усний характер можуть відбуватися зміна значень або перекручування сленгізмів та сталих фраз.

Починаючи з 50-х рр. ХХ ст. сленг стали розглядати як специфічну рису тієї чи іншої субкультури. Адже сленгова лексика відображає ціннісні орієнтири спільноти.

Тож, сленг як мовне явище має здатність до швидких трансформацій та оновлення. В сучасному розумінні його можна позиціонувати як засіб самовираження, котрий використовується молоддю для самоідентифікації.

У цьому дослідженні під *молодіжним сленгом* розуміємо специфічний лексикон певної групи молодих людей, який відображає особливості їх культурних уподобань серед загалу.

## 1.2. Аспекти вивчення молодіжного сленгу

Як свідчить аналіз наукової літератури з означеної проблеми, сленг досліджено недостатньо. За нашим спостереженням, опис такої лексики здійснюється в стилістичному, зіставному, соціолінгвістичному, психолінгвістичному лексикографічному, лінгвокультурологічному, лінгвокогнітивному, функціональному аспектах.

Так, *соціолінгвістичний аспект* репрезентовано в наукових розвідках М. Бойка [10], П. Грабового [28; 29], Л. Ставицької [66], О. Устинової [77], О. Христенко [80] та ін.

Наприклад, відома українська соціолінгвістка Л. Ставицька висвітлила соціокомунікативні, соціофункціональні, національно-мовні аспекти сучасного жаргоновживання, а також описала роль жаргонних субкодів у побуті сучасного українського міста [66]. На її думку, всі лексичні одиниці, належні до сленгу, «приречені підпорядковуватися його соціопрагматичним та експресивним інтенціям» [66]. Серед найважливіших праць дослідниці в цій галузі особливе місце посідає монографія «Арго, жаргон, сленг», де розглянуто динаміку соціолектів української мови впродовж XIX–XXI ст., а соціальні діалекти визначено як лінгвальні феномени, що структурують відповідні мовні картини світу. М. Бойко у науковій розвідці «Л. О. Ставицька про історію дослідження арго, жаргону та сленгу» наголошує на ідеях української соціолінгвістики про існування військового, молодіжного, медичного, музичного, підліткового, університетського, шкільного, футбольного, морського, космічного різновидів сленгу [10].

У студії «Студентський сленг: соціолінгвістичний аспект», виклавши результати соціологічного дослідження про ставлення до сленгу серед студентської молоді, О. Устинова зауважує, що «найчастіше причинами використання сленгу в мовленні стає прагнення вирізнитися серед інших» [77]. Крім того, серед причин використання сленгу молоддю авторка називає

бажання висловлюватися лаконічно та закодовувати інформацію, щоб її не зрозуміли інші.

В авторефераті дисертації О. Христенко, присвяченої вивченню німецького молодіжного сленгу, наголошено на тому, що соціолінгвістичний опис сленгу передбачає вивчення особливостей його використання різностатусними групами молоді, а також специфіки територіального та гендерного використання молодіжного сленгу. «Оскільки соціально-вікова група молоді не є однорідною, – зазначає дослідниця, – і включає до свого складу менші за обсягом соціальні групи як формального, так і неформального характеру, мовний субкод цих груп має істотні відмінності» [80, с. 143].

Вивчення сленгу у *стилістичному аспекті* репрезентовані роботами В. Дорди [33], А. Погорілої [55], Н. Шульжук [85] та ін. За спостереженням В. Дорди, сленг містить лексику мінімально трьох лексико-стилістичних підсистем: «нестандартної розмовної мови, професійного жаргону й вульгаризмів» [33]. Як бачимо, когнітивна функція сленгових одиниць визначальна тим, що більшість найменувань несуть у собі додаткову інформацію, якої в стандартних значеннях немає. Саме так носії соціолекту репрезентують знання про навколишній світ.

У науковій студії А. Погорілої [55] характеризувано особливості функціонування неологізмів у молодіжному мовленні на прикладах популярних інновацій, з'ясовано причини їх використання та прагнення молоді віддалитися від дорослих, створити свій соціолект та культуру.

Н. Шульжук у статті «Сленг як нелітературний пласт сучасної української лексики» робить спробу виявити функціонально-стилістичні параметри сленгової лексики і доходить висновку, що «активізація та розширення стилістичних функцій розмовної лексики, серед якої не останнє місце посідає сленг, презентує пріоритети сучасного дискурсу» [85, с. 112].

Внеском у дослідження сленгу в *зіставному аспекті* можна вважати монографію В. Балабіна «Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу», в якій автор подає українські відповідники американських сленгізмів, укладає словник такої лексики [7]. Л. Ставицька, порівнявши російську та українську жаргонну лексику, намагалася спростувати думку про другорядність українського сленгу. Вона наголосила, що в українській жаргонній розмовній мові відсутні іронічно-жартівливі номінації стосовно інших народів, найближчих сусідів, що є традиційним для міжкультурної номінації [66]. Компаративні дослідження вираження мовної картини світу у субстандартній лексиці національних мов представлено в дисертаційній роботі К. Бондаренко «Лінгвокультурні особливості українського та англійського сленгу» [14], де визначено спільне й відмінне в українському та британському сленгові на основі опису лексико-семантичних полів.

Цікавим вважаємо дослідження П. Грабового «Зіставлення англійського та українського молодіжного сленгу в лінгвокультурологічному аспекті» [29], в якому розглянуто сучасний англійський сленг та його подібність до українського молодіжного соціолекту. Найбільше уваги автор приділяє вивченню психологічних та лінгвокультурологічних чинників молодіжного субкоду в англійській та українській мовах, наголошуючи на подібному моделюванні різних фрагментів дійсності елементами субстрату.

За словами Ван Сінхуа, у магістерській дисертації Чен Чень «Зіставне дослідження молодіжних сленгів в китайській та російській мовах» було виявлено спільні та відмінні риси, характерні для словотворення та стилістичного забарвлення китайських і російських сленгових одиниць. Їхня поява, на думку автора, зумовлена дією екстралінгвістичних та власне лінгвістичних факторів [20, с. 250].

Загальновідомо, що сленг швидко трансформується. З цієї причини дуже важливим є *лексикографічний аспект* його вивчення. Спроби класифікувати та зафіксувати сленгові одиниці наявні у працях Н. Буйлової [16], Г. Кунафіної [43], Р. Спіерса [65], Г. Судзиловського [67] та ін. Аналізуючи лексикографічні джерела, не можна оминати увагою такі видання Л. Ставицької: «Короткий словник жаргонної лексики української мови» (2003), який містить понад 3000 мовних одиниць; «Український жаргон. Словник» (2005), у якому розкрито значення понад 5000 мовних одиниць сленгу; в «Українській мові без табу» (2008) зібрано близько 5000 слів та словосполучень, основну увагу приділено евфемізмам, обценізмам та сексуалізмом. Серед інших українських словників сленгу варто назвати «Перший словник українського молодіжного сленгу» С. Пиркало, «Словник сучасного українського сленгу», у якому міститься понад 5000 слів та словосполучень, а також онлайн словники, які створюються та доповнюються користувачами («Мислово»).

Щодо зарубіжної лексикографії, то одним із перших у світі словників сленгових одиниць вважається «Кантинська академія, або кабінет диявола відчинено» («The Canting Academy, or Devil's Cabinet Opened», 1673). Важливими також є сучасний онлайн словник американського сленгу «Міський словник» («Urban Dictionary») та випущений 2012 року данський мобільний додаток «Словник сленгу – данський сленг та повсякденна мова» («Slangordbogen – dansk slang og dagligsprog»), який налічує 13600 визначень та 56200 синонімів.

Водночас з потужним і швидким розвитком Всесвітньої мережі Internet та появою безлічі соціальних мереж молодіжний сленг перейшов на новий рівень – тепер для позначення навіть найзвичайніших, буденних речей існує чимало неологізмів. Деякі з них спостерігаємо й у повсякденному усному спілкуванні. Водночас певна їх частина обмежена використанням в Internet

середовищі. Необхідність висвітлення функцій сленгу сприяла появі досліджень відповідної тематики.

С. Зайцевою спостережено, що «користувачами інтернет-сленгу є здебільшого молодь, яка часто на позначення нового предмета та поняття не знаходить відповідної лексеми в літературній мові та її діалектах, чи останні інколи не надають можливості висловити думку стисло й емоційно, бо існує потреба у спеціалізованій лексиці» [39]. Авторка наголошує, що тут також використовується сленгова лексика, помітно орієнтована на англомовне середовище.

Функціонування сленгу в мас-медійному просторі відіграє важливу роль не тільки тому, що журналіст чи копірайтер має на меті стилістично забарвити текст, а тому, що деякі сленгізми стають загальноновживаними словами без літературного відповідника (лайкати – натискати на кнопку «мені подобається», заінстаграмити – викласти фото у соціальну мережу під назвою «Instagram»).

Вважаємо слушним таке застереження Л. Ставицької: «помилкою було би вважати, що сфера функціонування сленгу – міські соціальні низи. Важливим соціально-прагматичним аспектом сленгу є його використання у неофіційних ситуація усного спілкування. Ним можуть користуватися без ризику для своєї мовної репутації освічені люди, якщо вони близько знайомі один із одним, разом працюють, мають спільні інтереси тощо» [66, с. 42].

У дисертації «Німецький молодіжний сленг: лінгвокогнітивний та соціолінгвістичний аспекти», репрезентуючи відповідні сфери дослідження, О. Христенко наголошує на важливості «висвітлення особливостей мовної картини світу німецької молоді, специфіки категоризації дійсності даною соціально-віковою групою, що має своє вербальне вираження у сленговій лексиці» [80, с. 27]. Дослідниця стверджує, що такий розгляд виявляється

насамперед у процесах «метафоричного та метонімічного переосмислення фразеологічних конструкцій» [80, с. 75], які використовує молодь.

Деякі наукові студії про сленг дали поштовх розвитку *психолінгвістичного аспекту* його вивчення. Так, А. Локієв у праці «Несвідоме сленгу», виявляє зв'язок молодіжного мовлення та психологічних характеристик людини. Науковець зауважує, що сленг – це лексичний прояв психологічного захисту для людини від свого «комплексу неповноцінності в різноманітних проявах» [47]. Дослідник пише, що будь-яка спроба боротьби з таким проявом самовираження та непокори може призвести лише до посилення захисту у відповідь на агресивні дії, а також посилення самого комплексу неповноцінності.

Починаючи з початку ХХІ ст. і до тепер китайськими вченими активно захищаються магістерські дисертації, присвячені різноаспектному студіюванню жаргону, зокрема й *лінгвокультурологічному*. У науковому дослідженні Су Жина «Дослідження російської молодіжної субкультури на матеріалі російського сленгу» висвітлюються питання взаємодії молодіжної субкультури та молодіжного сленгу. У магістерській дисертації Хань Сюелі «Лінгвокультурологічний аналіз сучасного російського молодіжного жаргону» проблема вивчення молодіжної мови розглядається в таких аспектах: «аналізується її місце та роль у системі національної мови, визначаються джерела поповнення лексичного складу молодіжного сленгу, окреслюється питання щодо вивчення молодіжного жаргону з позиції лінгвокультури» [20, с. 250].

Як бачимо, аналіз наукових праць про сленг засвідчує неабиякий інтерес вітчизняних та зарубіжних дослідників до живої розмовної мови, соціолектів міст та молодіжних об'єднань, про різнобічне вивчення цього явища у соціолінгвістичному, стилістичному, зіставному,



лексикографічному, лінгвокультурологічному, лінгвокогнітивному, психолінгвістичному та функціональному аспектах.

### **1.3. Класифікація сленгізмів у сучасному мовознавстві**

У фаховій науковій літературі до соціальних діалектизмів традиційно прийнято відносити професіоналізми, вульгаризми, арго, жаргон та сленг. Ця частина лексики вирізняється на основі її розмовного, неофіційного характеру та емоційної забарвленості (М. Грачев) [80].

Молодіжний соціолект – не гомогенна мовна субстанція. Він складається з загальномолодіжного жаргону, спеціалізованих молодіжних жаргонів, кримінального жаргону, жаргону наркоманів, елементів різних професійних соціолектів.

Сленг абсолютно протилежний офіційній мові. В. Хом'яков, наприклад, розглядає його як основний компонент просторіччя, поділяючи за сферою використання на загальний та спеціальний. На думку дослідника, «загальний різновид – стійка постійна система, найчастіше спостерігається у просторіччі, ...мовне явище, наближене до фамільярно-розмовної мови, що відображається у зневажливо-насмішливих конотаціях, котрі стосуються соціальних, етичних, естетичних та мовних умовностей, правил, обмежень та авторитетів» [79, с. 88].

Спеціальному сленгу характерне різноступеневе стилістичне значення. Відтак учений тлумачить спеціальний сленг як «нестандартний лексикон певної соціальної групи, що складається зі стилістично різнорідної нестандартної лексики» [79, с. 90]. «Сленг, – пише В. Хом'яков, – це основний компонент просторіччя (норми другого рівня), що включає в себе, з одного боку, соціальні варіанти: професійні та корпоративні жаргони, а з іншого боку, поширену і загальнозрозумілу соціальну мікросистему, дуже неоднорідну за своїм генетичним складом і наближену до норми першого

рівня, що має яскраво виражений емоційно-експресивний характер і своєрідний словник, в якому слова і вирази найчастіше імпліцитно передають насмішку над умовностями й авторитетами» [79, с. 90].

В. Вілюман, займаючись означеною проблемою, також відзначає існування загального сленгу, давши подібне тлумачення [22, с. 47].

В окрему групу російський дослідник виділив спеціальний сленг, до якого належать слова та словосполучення певного професійного або класового жаргону.

Серед основних рис загального сленгу можна виокремити наступні:

1) загальний сленг є поширеним та зрозумілим для всіх соціальних груп населення;

2) має яскраво виражений емоційно-оцінний характер, домітною є саме експресивна функція;

3) це відносно стійкий для визначеного періоду шар лексики, хоча сленгізми легко переходять у колоквіалізми, а також аутуються;

4) не є гомогенним за своїм генетичним складом, оскільки джерела його різноманітні;

5) неоднорідний за ступенем наближення до фамільярно-розмовної мови, хоча в цілому протиставляється літературній мові;

6) іноді має фонетичні, морфологічні та синтаксичні особливості;

7) генетично та функціонально відрізняється від спеціального сленгу [79, с. 27].

Вважаємо, що в межах загального сленгу, жаргонізми втрачають свій вузький соціально-професійний характер і стають загальнозрозумілими.

Спеціальний сленг з'являється та розвивається в субкультурах суспільства. Як і жаргон, він виникає завдяки спілкуванню в малих професійних групах (поліція, медичні працівники, фахівці у сфері комп'ютерних технологій).

Спеціальну сленгову лексику поділяють на:

- підлітковий сленг (бро (брат), клас, кльово);
- студентський сленг (гутак, общага, братська могила (гуртожиток), стіпуха (стипендія));
- шкільний сленг (шпора (шпаргалка), врубитися (зрозуміти), матеша (математика));
- військовий сленг (аборт (вилучення зі ствола міни, що дала осічку), бобри (інженерний підрозділ), єноти (десантники));
- футбольний сленг (дев'ятка (один із верхніх кутів воріт), баня (лава запасних), катати вату (грати без інтересу));
- морський сленг (аврал (термінові корабельні справи), вахта (вид корабельного чергування); гражданка (громадська форма одягу));
- сленг субкультур (геймери, рокери, косплеєри, нью-ейдж, готи, емо, хіпстери, ванільки, тамблер-гьорл, «корейська хвиля» (кей-попери), анімешники, отаку, фікрайтери тощо) [66; 82].

Оскільки за останні десятиліття людство майже повністю опинилося в полоні комп'ютерних технологій, зокрема Всесвітньої мережі, можна виділити також Internet-сленг, створений та популяризований користувачами, як-от: idk – я не знаю, пп – приватні повідомлення, SNS – соціальні мережі тощо.

За стилістичними ознаками сленгізми диференціюємо на звичайні, або нейтральні та згрубілі, або інвективи (нецензурна лексика).

Відомий радянський мовознавець, лексикограф, дослідник англійського сленгу І. Гальперін [24] вважав неправомірним виділення сленгу в окрему категорію, наголошуючи на тому, що його варто розглядати як синонім жаргону в англійській мові, а отже, і поділ на види: військовий, театральний, парламентський, студентський та навіть релігійний недоречний.

Російський лінгвіст С. Вахітов на основі соціальної диференціації суспільства поділяє весь жаргон відповідно до: 1) субкультурних розшарувань; 2) за спільністю діяльності; 3) за інтересами у сфері дозвілля [21, с. 17-19].

Наприклад, щодо використання сленг розподіляють так:

- молодіжний об'єднує в собі кілька підгруп: шкільний, студентський; у мовленні школярів зафіксовано слова, які відображують явища шкільного життя типу шпора (шпаргалка), врубитися (зрозуміти), матеша (математика); у студентському середовищі побутують лексеми гутак, обшага, братська могила (гуртожиток), стіпуха (стипендія);
- комп'ютерний – це слова переважно англomовного походження або створені на їх основі похідні: апгрейд (поліпшення, модернізація), батони, клави (клавiші), масдай (крайній ступiнь невдоволення), сiдуха (дiсковод та диск), юзер (користувач);
- сленг автомобілістів: назви деталей, автомобільного обладнання, марок машин тощо: тачка (автомобіль), резина, скати (шини) тощо;
- сленг сфери музики: саундтрек (музичний супровід відеофільму), сингл, сингл (диск з одним-двома треками), сольник (сольний номер, концерт) [52].

Крім того, власний сленг мають також книголюби, газетярі, спортсмени, медики та ін.

Українські дослідники класифікацію сленгу здійснюють залежно від розміру соціальних груп. Вони виділяють соціолект малих соціальних груп: металістів, студентів-комп'ютерників та ін. Так, за словами О. Христенко, М. Андреев шкільний, студентський та сімейний сленг характеризує як вузькі субмови другого рівня, кожна з яких входить до складу побутової підмови і має свою специфіку [80, с. 20].

Молодіжна мова завжди відрізняється від стандартної і демонструє свою відкритість, вільність та динамічність. Проте таку, за словами

А. Домашнєва, розкутість можна розуміти як своєрідну реакцію на існування та функціонування давно сформованих суспільних цінностей та законів моралі [31]. Сміливість і відвертість у висловлюванні власних думок, на нашу думку, становить невід'ємну частину життя молодої людини у світі, який існує за старими законами. Психологи відзначають, що кожне покоління мало свою мову, а молодіжний сленг побутує у колі міської молоді, яка навчається. Він охоплює величезну кількість ситуацій, виключаючи нецікаві моменти для молодої людини [34].

Лексичний корпус сленгоносія, звісно, не може бути незалежним від національної мови, оскільки базується на ній, входить до її складу. Його можна вважати своєрідною візитівкою у світ молодшого покоління.

У науковій літературі про молодіжний соціолект наголошено: «сленг сам по собі є складною структурною організацією, що включає до свого складу декілька вужчих підсистем залежно від належності представників молоді до певної соціальної чи соціально-професійної групи, має регіональні та гендерні відмінності у використанні» [80, с. 5].

Загальновизнано, що музична тематика, школа, спорт, поведінка, стосунки між людьми та стосунки в суспільстві, оцінка, нетерпимість до настанов та повчань, до позицій старших, тема принад і насолод – усе це належить до основних тематик спілкування у молодіжному середовищі.

Дослідники по-різному підходять до впорядкування й аналізу різних шарів молодіжної лексики. Наведімо кілька таких класифікацій, здійснених за різними параметрами. Так, О. Христенко виділяє в молодіжному соціолекті «ядро, яке складає загальновживаний сленг, його одиниці зрозумілі широкому загалу й використовуються людьми різних категорій у повсякденній комунікації, та периферію. Периферійні кола у свою чергу представлені спеціальним сленгом (соціальними жаргонами), у тому числі

сленгом професійних груп, а також особливими підсистемами, що межують з арготичною закритою лексикою» [80, с. 34]

Заслуговує на особливу увагу нижчеподана типологія сленгу, представлена дослідницею:

- залежно від професійної орієнтації: військовий/солдатський, поліцейський, медичний, сленг авіаторів, художників, автомобілістів, комп'ютерний сленг;
- за способом організації вільного часу, заняттями, хобі: сленг наркоманів, хіпі, музикантів, футбольних фанатів тощо;
- за сексуальною орієнтацією: сленг представників сексуальних меншин;
- за віком учасників: молодіжний сленг;
- за сферою використання: Інтернет-сленг;
- за розміром групи: сімейний сленг та сленг інших малих соціальних груп [80].

Учені помітили, що протягом життя індивідуум може одночасно належати до кількох груп, які різняться між собою і саме через мову відображають вплив суспільства на них [80, с. 33-38].

П. Шлобінські (P. Schlobinski) пропонує наступну характеристику молодіжної мови: оноματοпоетика, англіцизми, ідіоматика/вирази; модифікатори; алітерація, специфічна лексика соціальних груп, комунікативні частки, лексичні новотвори [94, с. 13].

Специфічні ознаки молодіжного сленгу виокремлює А. Ласт (A. Last): англіцизми; підсилення слів; новотвори; гіперболізація; специфічна лексика соціальних груп [89, с. 35 - 68].

Ширшу й більш детальну класифікацію молодіжного соціолекту репрезентують П. Шлобінські (P. Schlobinski) та К. Шмід (K. Schmid) [94]. Дослідники виділяють нижчезазначені групи лексики:

- вітання, звертання та позначення співрозмовників;
- зручні у використанні назви та вислови;

- жваві вирази та стереотипні пустопорожні слова;
- метафоричний, здебільшого гіперболізований спосіб мовлення;
- репліки зі словами захоплення та засудження;
- просодична мовна гра, скорочення і послаблення звуків, а також графічно-стилістичні засоби;
- вигуки;
- новотвори, нові значення вже існуючих слів, розширення значення слів, скорочення та поєднання слів [94].

За спостереженням М. Ткачівської, українські дослідники німецького сленгу Л. Левицька та І. Микитка серед одиниць, які використовуються молодими людьми для того, щоб образити та принизити співрозмовника, виділяють такі групи сленгізмів:

- за зовнішніми ознаками;
- за рисами характеру;
- за інтелектуальними здібностями;
- за поведінкою та особистим життям;
- за професією [74].

Серед сфер зацікавлення молоді, безпосередньо відображених у її мовленні, Г. Генне (H. Henne) виділяє сім найважливіших: 1) комунікативні стосунки в групі; 2) стан; 3) сприйняття; 4) музика; 5) об'єкти захоплення; 6) школа; 7) світогляд і політика [74, с. 117].

О. Поздняков у дисертаційному дослідженні віддає перевагу тематичній класифікації вітчизняних учених О. Огуя та С. Маринчиної, які виокремили вісім тем лексики молодіжного сленгу: 1) вітання; 2) стосунки/коло друзів; 3) вислови здивування та захоплення; 4) дівчата/жінки; 5) хлопці/чоловіки; 6) сексуальне життя; 7) неформальні групи; 8) наркотики [56, с. 55-56]. Сам же дослідник поділяє молодіжний соціолект на 13 тематичних груп: 1) особи; 2) оцінки; 3) дозвілля; 4)

навчання, фізична і розумова діяльність; 5) спілкування; 6) заборонені речі; 7) частини тіла; 8) фізичний і психічний стан; 9) сексуальні контакти; 10) конфлікт; 11) фізіологічні функції; 12) одяг і гігієна; 13) побут [56, с. 57].

Отже, історія дослідження сленгу нараховує більш ніж півстоліття, однак ще й зараз не існує остаточних класифікацій жаргону, молодіжного зокрема. Як вітчизняні, так і зарубіжні лінгвісти поклали в основу сучасних типологій різні аспекти молодіжного мовлення, що і зумовило велику їх кількість.

### **Висновки до розділу 1**

У ході аналізу теоретичних досліджень, присвячених вивченню сленгу в сучасному зарубіжному та вітчизняному мовознавстві, нами було схарактеризовано поняття сленгу, під яким розуміємо специфічний словник певної групи молоді, зокрема аніме, кей-поперів та фікрайтерів, що відображає особливості їх культурних уподобань.

Встановлено, що дослідження сленгу як мовного явища здійснюється в стилістичному, зіставному, соціолінгвістичному, психолінгвістичному лексикографічному, лінгвокультурологічному, лінгвокогнітивному та функціональному аспектах.

Водночас попри чималу кількість теоретичних розвідок питання про остаточне визначення сленгу та створення єдиної його класифікації ще залишаються не розв'язаними до кінця.



## РОЗДІЛ 2. ТЕМАТИЧНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ СЛЕНГУ МОЛОДІЖНИХ СУБКУЛЬТУР

### 2.1. Тематична класифікація сленгової лексики аніме

Молодіжна субкультура зароджується й існує у зв'язку з постійним прагненням молоді активно заявити про себе. Поява її пов'язана з підлітковим віком (пубертатним періодом) кожного. Субкультура дуже сприяє підлітковій або молодіжній ідентичності. Основою для створення такої спільноти може стати стиль музики, спосіб життя, певні політичні погляди. Деякі субкультури мають екстремальний характер і демонструють протест проти суспільства в цілому чи окремих суспільних явищ. Водночас деякі є замкнутими і прагнуть до ізоляції своїх представників від суспільства.

У цьому параграфі здійснимо спробу тематичної диференціації сленгізмів зі сфери аніме/отаку, які використовуються також представниками кей-поперів та фікрайтерів, оскільки за нашою картотекою, одиниці цього соціолекту репрезентовані найчастотніше.

Загальновідомо, що субкультура аніме/отаку стала поширюватися територією країн СНД ще наприкінці ХХ ст. Основні її ознаки: 1) захоплення фанатами субкультури певними образами персонажів аніме та манги (японських коміксів); 2) прагнення відобразити їх по-різному (малюнок, фанфік, косплей). Помічено, що деякі носії субкультури навіть у повсякденному житті можуть копіювати зовнішність улюблених персонажів, особливості їхнього характеру, повторювати репліки. Однак медійний репертуар представників цієї субкультури не обмежується лише захопленням мангою й аніме. За останні два десятиліття актуалізувався інтерес до східних музичних напрямів типу К-поп, J-поп, J-rock, а також до японських, китайських, корейських серіалів – дорам. Їхня специфічна лексика – це назви медійних жанрів та запозичених слів (найчастіше японізми) з емоційно-експресивним забарвленням. Крім того, означені сленгізми функційно

навантажені. Основні функції аніме-сленгу такі: експресивна, емоційно-оцінна, функція категоризації та систематизації, номінативна, що в свою чергу яскраво відображається в семантиці, а значить і у відповідній класифікації, заснованій на виділених українськими та зарубіжними лінгвістами типологіях спеціального сленгу.

За нашою вибіркою, найчастотнішими серед сленгізмів соціолекту аніме (43,2%) є жанрово-стильові найменування.

Відтак *першу тематичну групу* одиниць аніме сленгу складають найменування жанрів аніме та манги (8,2 %). Це запозичені з англійської, японської, грецької мов, а також власне українські лексеми. В межах цих ТГЛ умовно виділяємо тематичні підгрупи за такими аспектами:

- залежно від аудиторії, для перегляду якою призначене аніме чи манга: *кодомо* (kodomo) – жанровий різновид аніме/манги для дитячої аудиторії (5–12 років); *сьодзьо/шьоджьо* (shoujo) – жанр аніме та манги для дівчат віком від 12 до 18 років; *сьонен/шьонен* (shounen) – для юнаків віком від 12 до 18 років; *дзьосей/джьосей* (josei) – різновид аніме та манги для аудиторії молодих дівчат 18 –30 років; *сейнен* (seinen) – різновид аніме та манги для чоловічої аудиторії віком від 18 до 30 років [100]; *кіберпанк* (англ. cyberpunk) – жанр юнацького аніме/манги про світ майбутнього, що визначається комп'ютерними технологіями [120, с. 9];

- за тематикою та сюжетними особливостями: *гарем* – розповідь про одного хлопця та кількох дівчат, зацікавлених у ньому, чи навпаки; *гуро* (guro) – різновид аніме/манги про криваві події, жорстокість, насильство; *добуцу* (doubutsu) – «пухнастики», аніме про людиноподібних і розумних пухнастих істот; *лолікон* (lolicon) – різновид аніме/манги, жіночі персонажі яких відрізняються маленьким зростом та мініатюрністю фігури; *махо-сьодзьо* (mahoutshoujo) – «дівчата-чарівниці», жанр аніме/манги для дівчат, що розповідає про пригоди чарівниць; *меха* (mecha) – різновид про

механізми, що рухаються самостійно і не мають реальних прототипів; *мое* (moe) – аніме з великою кількістю по-дитячому милих персонажів; *паропанк* (steampunk) – стиль аніме/манги про альтернативні світи на рівні технічного розвитку Європи кінця XIX ст., цей період характеризується початком революції технічних засобів пересування – поява дирижаблів, аеропланів, пароплавів тощо; *спокон* (spokon) – жанр аніме/манги про юних спортсменів, які досягають успіху шляхом виховання в собі волі до перемоги; *сьодзьо-аї/шьодзьо-аї* (shoujo-ai) – жанр аніме та манги про жіночі стосунки тощо [120, с. 9–10];

- за наявністю/відсутністю відвертих сцен: *сьонен-аї/шьонен-аї* (shounen-ai) – жанр аніме/манги про романтичні стосунки між хлопцями без відвертих сцен; *хентаї* (hentai) – еротичне аніме; *юрі* (yuri) – жанр сьодзьо аніме/манги про жіночі інтимні стосунки; *яой* (yaoi) – жанр сьонен аніме/манги про чоловічі гомосексуальні стосунки [105];

- за наявністю елементів фантастичного: *вампири* – жанр аніме та манги, в якому фігурують вампири; *героїчне фентезі* – жанр аніме та манги про героїв, які борються за благородну мету у світі меча та магії; *самурайський бойовик* – пригодницький жанр про самураїв тощо [109];

- за часовою віднесеністю подій у творі: *історія* – жанр аніме/манги, у якому описуються давні часи; *повсякдення* – це жанр аніме, манги, фанфіків та дорам про життя звичайних людей; *постапокаліптика* – жанр про життя після кінця світу [120, с. 8];

- за емоційною насиченістю, психологізацією: *драма* – жанр, що викликає в читача чи глядача емоції напруження, суму; *жахи* – жанр, що передбачає виникнення почуття страху та відрази; *гендерна інтрига* – жанр дорам про дівчат, перевдягнених у хлопців, чи навпаки; *психологія* – жанр аніме та манги про філософію розуму, зокрема, психологічні відхилення [120, с. 9–10].

Друга тематична група репрезентована лексемами для називання осіб у сфері аніме (6,9 %). В її межах виділяємо дві підгрупи сленгізмів:

- найменування осіб, котрі беруть участь у створенні, перекладі та поширенні аніме/манги: *бета-читач* (англ. beta reader) – коректор перекладу манги; *едітор* (англ. editor) – людина, яка поєднує обов'язки клінера та тайпера; *клінер* (англ. cleaner) – той, хто очищує відскановану мангу від тексту, а звуки – під час озвучування аніме чи серіалу [97]; *мангака* (mangaka) – творець манги (не використовується щодо сценаристів та художників манги, а лише до тих, хто поєднує обидві професії; *провідер* (англ. provider) або *сканер* (англ. scanner) – людина, яка сканує друковану версію манги та викладає її в електронній версії; *сейю* (seyuu) – актор – учасник озвучування аніме [100]; *тайпер* (англ. typesetter) – особа, котра накладає на очищені скани перекладений текст; *тян* – те саме, що і чан; *фасабери* – ті, хто створюють фансаб [109];

- найменування друзів або звертання один до одного у повсякденному житті за нижчеподаними аспектами:

а) за вподобанням: *анімефаг* – анімешник, прихильник аніме жанру; *косплеєр*, *косплейщик* – людина, яка захоплюється косплеєм (перевдяганням у персонажів аніме); *лоліконщик* – особа, котрій подобається манга, де жіночі персонажі мають вигляд милих дівчат; «*муняшка*» – первинно фанат популярного аніме «Сейлор Мун», зараз – фанат аніме, що транслюються в телеєфірі, або людина, яка, подивившись аніме, фанатіє тільки від нього; *отаку* (otaku) – шанувальник аніме/манги, у середовищі отаку; прихильник чого-небудь, що відповідає слововживанню, прийнятому в Японії; *хентайщик* – любитель хентаю (аніме/манги еротичного характеру); *яойщик* – фанат, який захоплюється аніме/мангою жанру яой [118];

б) лексеми на позначення осіб за певною ознакою: *аїте* (aite) – опонент, дослівно – той, на кого я дивлюся; *бака-гайдзін* – зазвичай

американець; *біджін* (bijin) – гарна жінка; *бісьодзьо/бішьоджьо* (bishoujo) – красуня; *бісьонен/бішьонен* (bishounen) – красунчик [118]; *гайдзін/гайджін* (gaijin) – чужоземець (з погляду японця); *джошікосей* (joshikousei) – студентка жіночого вищого навчального закладу, одягнена у форму типу матроски [101]; *додзіко* (dojiko) – мила незграбна дівчина; *камекко* (kameko, camerakozo) – люди, які фотографують косплеєрів; *канойо* (kanojo) – подруга; *кареші* (kareshi) – приятель; *коїбіто* (koibito) – приятель, друг; *масуме* (musume) – молода жінка; *Мері Сью* – дівчина з ідеальною фігурою й обличчям; *накама* (nakama) – близький друг; *сенсей* (sensei) – учитель, наставник; *цундере* – людина без емоцій [118];

в) японські іменні суфікси ввічливості: *кохай* – іменний суфікс у японській мові, використовуваний при звертанні старшого до молодшого; *кун* – один із іменних суфіксів японської мови, що використовується при звертанні до рівної або нижчої за статусом людини; *онее-сама* – звертання до старшої сестри з повагою; *онее-чан* – звертання до старшої сестри з ніжністю; *онії-сама* – звертання до старшого брата з повагою; *онії-чан* – звертання до старшого брата з ніжністю; *сама* – один із іменних суфіксів японської мови для вираження максимальної уваги та поваги; *сан* – нейтрально-ввічливий суфікс японської мови, відповідає звертанням за іменем та по батькові в українській мові; *семпай* – суфікс, що використовується при звертанні молодшого до старшого або до того, хто довше чимось займається та відповідно досяг більших успіхів; *чан* (chan) – суфікс японської мови, приблизний аналог зменшено-пестливих суфіксів української мови [118].

До *третьої тематичної групи* належать запозичені з японської мови лексеми (5,6 %), що мають еквіваленти в українській мові і використовуються для надання розмові певної таємничості. Серед них виділяємо такі підгрупи:

а) оцінні:

- позитивні: *кавай*, *кавайний* – (від японського *kawaii*) означає щось миле, м'яке, приємне; *каккой* (*каккоіі*) – крутий, кльовий, гарний, привабливий [105];

- негативні: *бака* (*baka*) – універсальна образа зі значенням від «дурний» до «кретин»; *ковайний* – страшний, лячний [98];

б) вигуки: *камаванай* (*kamawanai*) – означає «Мені все одно!»; *канаразу* (*kanarazu*) – обов'язково, завжди. Може означати «Клянуся!» або «Ціна не має значення!» [109];

в) етикетні вирази: *арігато* (*arigatou*) – дякую; *охайо* (*ohayou*) – доброго ранку [109].

До четвертої тематичної групи відносимо поняття, пов'язані з аніме та мангою (4,5 %): *дорама* (яп. – теребі дорама – від англ. television drama) – телевізійна драма, японські, корейські, китайські телесеріали; *інґріш* (*english*) – японські фрази в аніме та піснях, утворені поєднанням японської та англійської мов; *лів еки(е)н* (англ. live action) – фільми та серіали з живими акторами, зняті за мотивами манґи; *отоме/отоме-гра* (*otome game*) – комп'ютерна гра, призначена тільки для жіночої аудиторії, основною метою якої є проходження сюжету та розвиток романтичних стосунків героїні з одним із чоловічих персонажів; *ранобе* (*ranobe*) – розповідь з ілюстраціями в аніме стилі призначена для молодіжної аудиторії [120, с. 14].

П'ята тематична група репрезентована найменуванням персонажів, героїв аніме та манґи (3,94 %) й охоплює наступні запозичені з японської мови оніми: *кемономімі* (*kemonomimi*, *animalears*) – популярні персонажі аніме/манґи, котрі зовні нагадують антропоморфних тварин з хвостиками та вушками; *моеко* (*meeko*) – героїня аніме мое, яка подобається отаку; *окама* (*okama*) – персонаж нетрадиційної орієнтації або дуже жіночний персонаж; *цундере* – один із типових персонажів аніме, манґи та відеоігор, котрий спочатку поводить себе грубо, неприязно, але згодом відкривається його

мила та ніжна натура; *янгіре* (jangire) – психічно нестабільний персонаж, схильний до насильства внаслідок пережитої психологічної травми; *яндере* (jandere) – від початку дуже ніжний та люблячий персонаж, який стає одержимим, і це призводить до насильства [120, с. 15–16].

До шостої тематичної групи відносимо сленгізми на позначення стилю життя фаната аніме/манги (3,4 %), вони яскраво ілюструють спосіб життя та діяльність носіїв сленгу та/або пов'язані з цією діяльністю. Їх поділяємо на підгрупи:

- назви дій, процесів, станів: *аніманія* – стан, за якого анімешник витрачає весь вільний час на перегляд аніме та манги, термін не є психологічним, частіше використовується в середовищі людей, які не особливо полюбляють японську анімацію; *анімесіанство* – просування, поширення аніме в маси; *отака* – діяльність отаку, метою котрої є переконати неотаку у перевагах аніме/манги; *отакувати* – займатися отакою; *синдром отакуїзма* – стан, за якого анімешник витрачає весь вільний час на перегляд аніме та манги [101]; *сканлейтінг* (scanlating) – переклад манги фанатами на безоплатній основі за допомогою заміни японського тексту перекладом на від сканованих сторінках манги; *фандаббінг* (англ. fandubbing) – процес голосового перекладу (дубляжу) аніме, який здійснюється непрофесійними акторами; *фансаббінг* (англ. fansubbing) – переклад аніме за допомогою субтитрів, який здійснюється фанатами на безоплатній основі [118];

- назви фанатських заходів та спільнот: *анімка* – «тусівка отаку», збори отаку з метою спілкування; *анімка з переглядом* – збори отаку для перегляду аніме; *гурток* (circle) – аніме-спільнота; група людей, які разом працюють та самостійно публікують свої твори авторів доджінші; *кон* (con) – великий з'їзд отаку, в межах конів організуються зустрічі з творцями аніме та манги, демонструються рідкісні аніме, проводяться конкурси фанфіків, фан-арту і

косплею; *косплей* (від англ. cosplay, costume playing) – маскарад отаку з перевдяганням в улюблених персонажів аніме, манги, відеоігор; кросплей (crossplay, cross-dressing cosplaying) – різновид косплею, суть якого полягає у перевдяганні в костюми анімешних персонажів протилежної статі [118];

- назви робіт іменем автора: *гонзятина* – саркастична назва усього аніме японської студії «GONZO»; *міяджаківщина* – зневажлива назва аніме робіт японського режисера Хало Міяджакі [118].

До *сьомої тематичної групи* відносимо слова на позначення складових анімаційного фільму та манги (3%): *айкеч* (eyecatch) – двосекундна заставка в середині аніме серії, що символізує початок і кінець рекламної паузи під час трансляції по телебаченню; *арк* (storyarc) – цілком самодостатня частина сюжету аніме чи манги; *арка* – послідовність серій за певною сюжетною лінією [120, с. 11]; *гайден* (gaiden, side-story) – термін використовується в аніме, манзі та відеоіграх і означає додаткову історію, спіноф; *гет* (gag, visualgag) – сцена комедійного аніме/манги, в якій засобом творення гумору є промальовка; *ендінг* (кінцівка) – елемент структури трисерійного аніме-серіалу, дорами (актори озвучування, автори сценарію), відеоряд, а також музична композиція; *опенінг* (заставка, OP) – елемент структури аніме-серіалу, дорами; фрагмент, повторюваний із серії в серію, що включає в себе основні титри (назва, компанія-творець, провідні творці), відеоряд і музичну композицію; *танкобон* (tankoubon) – том книжкового паперового видання манги, спочатку надрукованої в журналі; *фрейм* (англ. frame – «рамка») – прямокутна ділянка сторінки з ілюстрацією в коміксах та в манзі; *цудзуку* (tsuzuku) – використовується в кінці розділу манги чи епізоду аніме й означає існування продовження [118].

*Восьму тематичну групу* складають загальні поняття (2,96%). Це лексеми, які часто використовуються для розуміння світу японської анімації, як-от: *анігайд* (Anime FAQ, animeguide, aniguide) – стаття з корисною



інформацією стосовно аніме, поширена через Internet; *аніманга* (animanga) – спільний номен для позначення понять «аніме» та «манга»; *аніме* – японська анімація; *ванишот* – коротка манга, яка складається з одного розділу; *веб/вебка* – категорія манги, яка не видається у паперовому форматі, а поширюється в Інтернеті для читання на комп'ютері чи телефоні; *веб-манга* (веб-манхва) – манга у вигляді довгої кольорової сторінки; *текіга* (gekiga) – дослівно «манга в малюнках», – була створена в середині ХХ ст. з метою розрізнення графічних розповідей для дорослих та дитячих коміксів, останні зазвичай називалися *манга*; *джапанімейш(е)н* (japanimation) – раніше цей номен використовувався фендомами для позначення японської анімації в цілому, але згодом був витіснений лексемою *аніме*; *додзінсі/додзінші* (dojinshi) – некомерційна манга, створена отаку за мотивами відомих комерційних продуктів; *манга* (manga) – японські комікси, котрі читають справа наліво; *манхва* (кор. 만화 [manhwa]) – корейські комікси, які читають зліва направо; *маньхуа* (manhua) – китайські комікси, котрі читають зліва направо та ін. [118].

У дев'яту тематичну групу об'єднуємо сленгізми на позначення різноманітних форматів аніме та манги (2,25%), знання яких допомагає краще зрозуміти, про що йде мова, та розрізняти види релізів медіа-продукції. Такі слова часто використовуються в аніме-спільнотах при обговоренні переглянутих аніме чи прочитаної манги, як-от: *АМВ* (AMV/Anime Music Video) – музичний кліп, створений фанатами аніме, котрий включає в себе нарізку кадрів з якогось аніме та пісню відомого виконавця або саундтрек до цього аніме; *ІСА* (ISA, Image Song Album) – музичний альбом з піснями, присвяченими персонажам аніме; *міні-серіал* – серіал, що складається з серій тривалістю не більше 5-6 хвилин; *ОВА* (OVA/англ. Original Video Animation) – термін, використовуваний для позначення аніме, котрі відразу з'являються у продажу на електронних носіях і не

трансляються в кінотеатрах та по телевізору; *ОНА* (ONA англ. Original Net Animation) – термін, що використовується в Японії та поза її межами для називання епізодів аніме, котрі одразу викладаються в Internet [105].

Терміни на позначення дизайну персонажів аніме та манги (0,99 %) утворюють *десяту тематичну групу* сленгізмів: *деформінг* (deforming, super-deformed, SD) – стиль малювання аніме та манги, в якому риси обличчя та пропорції тіла персонажа спотворюються неймовірним чином; *Ес Ді* (superdeformed) – стиль викривлених пропорцій: величезна голова і маленьке тіло (пропорції немовляти); *оданго* (odango, odango atama) – дизайн зачіски героїнь аніме та манги, за якого волосся персонажа з боків заколото на зразок двох кульок з косичками тощо [97].

Отже, на основі зібраного матеріалу всю лексику анімешників/отаку поділяємо на тематичні групи, а саме: жанри та стилі аніме та манги; найменування осіб; лексеми, що використовуються для надання розмові таємничості; поняття, пов'язані з аніме та мангою; найменування персонажів, типи героїв аніме та манги; стиль життя фаната аніме/манги; назви структурних частин аніме та манги; найменування загальних понять; назви форматів медіа-продукції; номінація дизайну персонажів та аніме/манги.

## 2.2. Тематичний розподіл сленгу кей-поперів

Другим за кількістю лексичних одиниць, репрезентованих у нашій картотечі є соціолект кей-поперів (33%).

Кей-поп, який спочатку був музичним жанром та охоплював безліч стилів поп-музики, виник у Південній Кореї ще у 90-х рр. ХХ століття. Проте більшого поширення усіма країнами світу здобув у перше десятиліття ХХІ століття. Водночас разом із розвитком комп'ютерних технологій та посиленням впливу Всесвітньої мережі Інтернет, більш доступною стала інформація про зірок кей-попу та їхні досягнення. За останнє десятиліття

«Корейська хвиля» захопила чимало людей, зацікавивши своїми аудіовізуальними можливостями. Відтепер кей-поп більше не сприймається як музичний жанр. Він став повноцінною субкультурою, яка поширюється світом через всесвітню мережу, друковані видання й усне спілкування.

За словами Р. Малінгкая (Roald Maliangkay), директора Інституту Кореї в Австралійському національному університеті причиною для такого швидкого розповсюдження субкультури є те, що «кей-поп звучить оптимістично і сильно», а також те, що він «не має політичних чи релігійних послань, не зачіпає тем, пов'язаних з сексом, наркотиками чи агресією» [40].

Саме це, на нашу думку, і стало поштовхом для виникнення та розвитку (зокрема й на території України) субкультури, яка сприяє звільненню від тиску (суспільного та політичного); розумінню, що кожна людина унікальна; умінню заявляти про себе за допомогою своєї творчості. Про це йдеться й у промові лідера найвпливовішого кей-поп гурту BTS Кім Намджуна, виголошеній під час 73-ої Генеральної Асамблеї ООН 24 вересня 2018 року: «Я хочу почути ваш голос ... Неважливо, хто ви є, звідки ви, якого кольору ваша шкіра, якої ви статі, просто говоріть за себе. Знайдіть своє ім'я та свій голос, заявивши про себе» [41].

Як і представники кожної субкультури (віртуальної чи живої), кей-попери мають свою мову, основний масив якої представлений тематичними групами залежно від того, які саме реалії життя субкультури відображають їх одиниці.

Найбільш частотною і семантично розгалуженою є *перша тематична група*, що об'єднує назви осіб, (12,39%), за такими характеристиками:

- *стать: atasi/atawi* (아가씨 [agassi] – дослівно з корейської мови *маленька дівчинка-панночка*; так звертаються до молодої дівчини віком до 35 років; у середовищі кей-поперів може використовуватися для надання

солідності чи поваги; *аджума* (아줌마 [ajumma] – *пані, тітка*; звернення до жінки, набагато старшої за віком; іноді таке звернення обґрунтоване поведінкою; в середовищі фанатів використовується з іронією); *аджосі/аджосі* (з корейської 아저씨 [ajossi] означає *пан* або *дядько* і використовується іронічно) [111];

- вік: *ейджлайн* (англ. age – вік, line – лінія; вікові лінії, об'єднання людей одного року народження), *хьон* (형 [hyōng], дослівно *старший брат*, у корейській мові це звертання молодшого хлопця до старшого («Брате, допоможи?»)); крім того, фанати використовують його за будь-якої нагоди у жартівливому значенні); *онні* (кор. 언니 [onni] – *старша сестра*; в корейській мові так звертаються молодші дівчата до старших; у середовищі фанатів це звертання до старшої подруги); *тонсен* (кор. 동생 [dongsaeng] означає *молодший брат/сестра* і використовується у розмові з третьою особою; фанати так називають молодших у своїй спільноті [111];

- зовнішній вигляд: *Оленятко* – Лухань (учасник одного з найвідоміших К-рор гуртів EXO); *Білочка* – Мінхьок (учасник гурту VTOB) [112]; *Цуценятко* – Йособ (учасник гурту BEAST); *Рисовий пиріжечок* – Пак Чімін (учасник гурту BTS); *Хорс* – Джей-Хоуп (учасник гурту BTS) [107]; *Ліл мяу-мяу* – Мін Юнгі (учасник гурту BTS); *Кроленя/Кролик*, *Банні* – Чон Чонгук (учасник гурту BTS) [112];

- родинні стосунки: корейський суфікс *ши* (씨) при вимові імені виражає повагу, його можна перекласти як *пан/пані/панно*; *ана* (아빠 [appa] – дослівно *наш тато*; звернення маленької дитини до батька; використовують у жартівливому значенні, а також для вираження поваги до старшої людини у середовищі кей-поперів, старожила), *йобо* (여보 [yeobo] – *милий/мила*,

*дорогий/дорога*; звертання до коханої людини середнього та старшого віку; найчастіше так один до одного жартівливо звертаються представники субкультури з метою, щоб наголосити на своєму схваленні чужих дій чи для вираження підтримки), *хальмоні* (할머니 – звертання до бабусі; використовується у тому ж значенні, що й *ана*) [112];

- інтелектуальні здібності: *намджун* (від імені найрозумнішого учасника в групі Кім Намджун; «розумний») [109], *техьон* (від імені учасника групи, якого всі вважають дитиною, проте іноді саме він знаходить розв'язання проблеми; «дурник-геній») [105];

- соціальні характеристики: *сонбе* (선배 [sǒnbae] від кит. 先輩 [xiānbèi] – наставник, більш досвідчена людина), *хубе* (후배 [hubae] – звернення досвідченішої людини до менш досвідченої), *макне* (від кор. 막내 [magnaе] – наймолодший у групі людей) [98];

- моральні якості: *батько* (найсуворіший учасник групи; той, хто вимогливо ставиться до всіх, зазвичай лідер або найстарший); *мама* (найтурботливіший учасник групи, який готує, прибирає і завжди піклується про здоров'я інших, найчастіше лідер або будь-який учасник групи); *хеппі/вірус щастя/вітамінка* (найпозитивніший учасник групи); *чотири де* (від 4D, учасник, який поводить себе дивно, про таких говорять: «він з іншої планети»); *дідусь* (серйозний учасник-буркотун) [116]; *Сонечко* – Джей-Хоуп (учасник гурту BTS) [107]; *Нагібатор* [117], *Золотий макне* [97] – Чон Чонгук (учасник гурту BTS); *4D, Місячний кролик* [112] (через те, що витає понад хмарами, дуже дивно себе поводить; раніше вірив, що на Місяці живуть кролики) – Кім Техьон (V, Ві) (учасник гурту BTS); *Коте* (через поведінку) – Чон Тегун (Лео) – учасник гурту VIXX; *Лідер Ча – Ча, який викликає дощ* (турботливий лідер; коли він з'являється, починає йти дощ) –

Ча Хакьон (Ен) – учасник гурту VIXX [109]; *Халк* (через міцну статуру) – Хан Санхьок – учасник гурту VIXX [105];

- професія та рід занять: *стафф* (особиста команда помічників артиста, яка займається підготовкою до виступу, – менеджери, стилісти, візажисти, водії) [103]; *айдол* (південнокорейський співак, учасник гурту, котрий співає й танцює одночасно) [112]; *ольджан* (у перекладі з корейської *найкраще обличчя*, тобто мистецтво має бути гарним, одна з корейських субкультур; модель) [114]; *денсер/денс-машина* ((англ. dancer – танцюрист; англ. dance-machine) – учасник гурту чи кавер-групи, відповідальний за танці) [110]; *віжуал* (англ. visual – візуальний, обличчя групи – учасник групи, визнаний іншими як найгарніший) [114];

- місце помешкання: протиставлення типу місцевий – закордонний (*армі* (фанати гурту BTS, які живуть у Кореї) [100; 101], *іноармі* (фанати гурту BTS, які проживають за кордоном)) [97];

- імена: *Хобі/Хоба/Хоуп* – Джей-Хоуп (учасник гурту BTS); *Ґуккі* – Чон Чонгук (учасник гурту BTS); *Вишня/Вишенька* (через псевдонім) – Кім Техьон (V, Ві) (учасник гурту BTS); *Огест Ді* – Мін Юнґі (Шуга) (учасник гурту BTS); *Леонід, Льоньчик* (через псевдонім) – Чон Тегун (Лео) (учасник гурту VIXX); *Енка* – Ча Хакьон (Ен) (учасник гурту VIXX); *Бин, Квасолінка* (від англ. Bean – квасоля) – Лі Хонбін (учасник гурту VIXX) [109].

До *другої тематичної групи* відносимо назви предметів і явищ (9,4 %):

- найменування гуртів, об'єднань фанатів: *BTS* – «*Бі ті ес*», «*Бантан суньондан*» (найвідоміший на сьогодні чоловічий гурт, який складається з 7 учасників); *VIXX* – «*Вікс*», «*Віксики*», «*Віксята*», «*Бікс*» (один із найпопулярніших чоловічих гуртів, до складу якого входять 6 осіб) [14]; *BEAST* – «*Біст*» (чоловічий гурт з 5 осіб); *V.A.P.* – «*Бі ей ні*» (чоловічий гурт з 6 осіб); *A.R.M.Y.* – «*Армі*» (фан-клуб гурту BTS); *Starlight* – «*Старлайт*»

(фан-клуб гурту VIXX); *B2UTY* – «Б'юти» (фан-клуб гурту *BEAST*); *Baby* – «Бебі» (фан-клуб гурту В.А.Р.) [112];

- назви продуктів харчування: *рамьон/рамен* (японська локшина швидкого приготування), *чаджанмьон* (страва з чорної корейської локшини), *кімчі* (маринована за спеціальною технологією капуста або редиска) [111];

- мистецькі поняття: *кей-поп* (від англ. Korean pop – музичний жанр, що виник у Південній Кореї 1990 року й увібрав у себе елементи західного електро-попу, хіп-хопу, танцювальної музики та сучасного ритм-н-блюзу, а також популярна серед молоді всього світу субкультура, якою керує інтерес до сучасної корейської моди та стилю життя) [112]; *кей-попер/к-попер/к-ропер/ка-попер* (людина, яка слухає кей-поп, входить до складу фандому південнокорейського гурту та дивиться корейські дорами); *лайтстік* (англ. lightstick – паличка, що випромінює світло певного кольору; використовується фанатами для того, щоб показати підтримку) [116]; *стафф* (англ. речі) [116]; *гудси* (атрибутика з емблемою гурту); *біас лист* (список айдолів-улюбленців); *десан* (престижна нагорода (гран-прі), що на музичних преміях присуджується в різних номінаціях, як правило, їх три: «Альбом року», «Артист року» та «Пісня року»); *камео* (англ. *cameo* (епізодичний) – роль реальної відомої персони, яка грає саму себе); *концепт* (тематика фотозйомки або кліпу) [116]; *лейбл* (від англ. label – етикетка; фірмовий знак гурту або компанії); *океан* (світловий ефект, створений фанатами на концерті завдяки використанню лайтстіків офіційного кольору гурту, при одночасному ввімкненні яких виникає ефект світлового океану однієї гами); *руйнівник біас листа* (від англ. biaswrecker – айдол, котрий своїми діями привертає більше уваги, ніж улюбленець) [116]; *селка* (селфі-фото) [116]; *свег* (слово *swag* відоме завдяки пісні «Turn my swag on» («Оціни мій стиль»), яку виконав репер Soulja Boy. Однак у європейських країнах воно набуло поширення після німецького кавера цієї пісні «Dreh den Swag auf»;

конкретного значення слово не має, його використовують на позначення крутого стилю) [113].

До *третьої тематичної групи*, за нашою картотекою, відносимо сленгізми на позначення емоцій і оцінок (2,81 %), як-от:

- позитивна оцінка: *айгу* («Боже!» або «Як ти міг?»); *файтін* («Вперед!», «Тримайся!»); *омо* («О Боже!», «Вау!», «Нічого собі!»); *дебак* (кор. 대박 – «Клас!», «Нічого собі!!!»); *чінча* («Справді?!»); *холь* (кор. 헐[hol]; в розмовне мовлення потрапило з гри «Angry Birds»; вигук, що виражає здивування зовсім неочікуваним фактом чи ситуацією) [112];

- негативна оцінка: *айц* (кор. вигук; «Чорт!»), *пабо* (від кор. 바보 – «дурник») [96].

*Четверту тематичну групу* становлять назви дій та процесів (2,1%): *камбек* (англ. comeback – повернення групи на сцену після невеликої перерви з новим альбомом чи синглом); *промоушен* (англ. promotion – заохочення – період просування альбому/синглу після його релізу (виходу)); *реліз* (англ. realize – здійснювати, реалізовувати – вихід нового альбому та кліпу з нагоди повернення на сцену), *мейкінг* (англ. making – дослівно роблення – зйомки відео про сам процес створення кліпу чи дорами), *ол-кіл* (англ. all – усіх та kill – бити – підйом альбому на першу позицію усіх музичних чартів); *скіншип* (англ. skinship – дія, яку можна схарактеризувати як мінливий дотик), *шипперити* (уявляти, фантазувати про романтичні стосунки між героями книги, фільму, манги, аніме, учасниками групи, відстежувати сцени з ними, аналізувати їх), *стенити* (англ. stan – бути прихильником знаменитості, франшизи, кіно, гурту тощо; стало більш відомим завдяки пісні Емінама «Stan»), *спойлерити* (англ. spoil – псувати; розкривати основний зміст фільму чи книги глядачеві або читачеві, розкривати інтригу); *фансервіс* (англ. fan service – послуга для фанатів; певні дії знаменитостей,



що не мають сюжетного значення й існують тільки для задоволення фанатів) [114; 116].

До *п'ятої тематичної групи* відносимо назви видів фанатської творчості (1,7 %): *фан-арт* (англ. fanart – різновид творчості прихильників відомого мистецького твору, похідний мальований твір), *фанфік/фанф* (скорочення від англ. fanfiction – творчість фанатів про їх кумирів, улюблених персонажів; любительське оповідання за мотивами відомого твору (манга, аніме, книга, фільм, відомі люди тощо)), *фансаб* (калька з англ. fansub – субтитри, створені фанатами), *фанчір/фанчант* (слова підтримки, що викрикують фанати під час виступу кумирів на сцені) [96].

*Шосту тематичну групу* становлять крилаті вирази та афоризми (1,54 %). До них відносимо приклади типу «*Шисусе*» [112] (у значенні «ого», утворене за допомогою поєднання слів «Ісус» та «Шивон», оскільки Шивон, учасник групи Super Junior, набожний християнин, чого ніколи не приховував); «*Пресвяті черепашки Йесона!*» (Йесон, учасник групи Super Junior, обожнює своїх черепашок); «*О святі дивацтва Техьона!*» (це дивний юнак, його прозвали 4D) [105]; «*Інтелектуальний реп Репмона*» (реп, котрим передбачено інтелектуальні дебати) [109]; «*Ти що, живеш в епоху Чосон?*» (Чосон – назва Кореї з 1392 до 1897 рр.; остання правляча династія в Кореї); *Наш Великий Іль Чжі Ме!* (Іль Чжі Ме – корейський народний месник) [106].

*Сьома тематична група* охоплює сленгові вигуки (1,4 %) на позначення:

- вітання: *анньон/анньон'хасейо* (кор.안녕/안녕하세요 [annyeong/annyeong haseyo]) дослівно означає «У Вас все нормально?» [115];
- прощання: *анньон'хігесейо* (кор.안녕히가세요[annyeonghigyeseyo]) – «Щасливої дороги!», «До побачення!» [115];
- вибачення: *чогійо* (кор.저기요 [jeogiyo]) – «Вибачте!», «Перепрошую!» [111];

- подяка: *камсамніда* (кор.감사합니다 [*gamsahabnida*]) – «Дякую!», «Дуже дякую!» [111].

Отже, сленгову лексику українських кей-поперів класифіковано за такими тематичними групами: назви осіб, назви предметів і явищ, емоції та оцінка, назви дій та процесів, назви видів фанатської творчості, крилаті вирази й афоризми, етикетні формули. Найчисельнішими виявилися найменування осіб, предметів, явищ та процесів, що, на нашу думку, зумовлено намаганням мовців виразити себе, виділитися із загалу.

### 2.3. Тематична диференціація сленгу фікрайтерів

Наступним за кількістю репрезентованих одиниць є соціолект фікрайтерів.

Фікрайтери – одна з Інтернет-субкультур, яка об'єднує творчих людей, котрі прагнуть самореалізації. А оскільки фанфікшен – це соціальне утворення, хоча й віртуальне, воно потребує виникнення окремої мови, яка б задовольняла потребу носіїв субкультури у спілкуванні.

Визначальною рисою мови фікрайтерів як новоутвореної віртуальної субкультури є її творча орієнтація, спрямованість на створення фанатського твору.

За нашою вибіркою, можна виділити такі тематичні групи жаргонної лексики.

*Перша тематична група* охоплює назви стилю життя фікрайтерів (10,4%), які використовуються представниками субкультури для:

- вираження суб'єктивної оцінки: *няша*, *няшка* – слово зі сленгу анімешників, яке означає щось дуже миле, чарівне; *кавай* – японське запозичення за значенням «милий», «гарненький» та протилежне йому *ковай* – жахливий, страшний [120]; *дебак* – крайній ступінь здивування, приголомшення, *біас* – улюбленець [105];

- заміни традиційних українських етикетних формул та формул звертання: *арігато* (з японської), *кумао* (з корейської) – дякую; *гоме* (з японської) [120], *м'яне* (з корейської) – перепрошую [105]; *гамбате* (з японської) [120], *файтін* (з корейської) [105] – побажання успіху; *онні* – звертання дівчини до старшої сестри чи подруги; *оппа* – звертання дівчини до старшого брата чи хлопця [105];

- називання дій та процесів, що стосуються творчої діяльності фікрайтерів: *викласти фік* (опублікувати роботу, розмістити її на сервері); *рейтингувати* (встановити рейтинг твору, або змінити його в процесі написання); *бетити* (редагувати; перевіряти на граматичні та стилістичні помилки); *увімкнути публічну бету/увімкнути ПБ* (зробити можливим редагування фанфіку читачами); *шиперити* (обрати пари головних та другорядних персонажів для твору) [99] тощо.

До другої тематичної групи сленгізмів фанфікшену відносимо лексеми на позначення жанрових різновидів фан-творів. Оскільки фанфік є вторинним літературним твором, то поділ таких робіт на жанри досить умовний. Крім того, на розвиток жанрової системи фанфікшену неабиякий вплив мають аніме та манга, тож у певних випадках вони можуть повністю збігатися. З огляду на це, Ю. Антипіна [2] пропонує виділити такі три категорії жанрів:

- жанри, запозичені з інших літературних категорій;
- жанри, запозичені з англomовної системи фанфікшену;
- жанри, які повністю відповідають традиційно виділеним літературним жанрам.

Взявши за основу вищезазначену типологію, можемо поділити тематичну групу на позначення жанрів фанфіків (9,72 %) за такими підгрупами:

- назви, що відображають специфіку оповіді відповідно до літературних жанрів: *драбл* (замальовка, котра може стати основою повноцінного фанфіку); *максі фанфік* (великий твір, обсягом більше 70 друкованих сторінок), який можна прирівняти до роману; *міді* (середній обсяг фанфіку 20–70 друкованих сторінок), дещо схожий на повість; *міні* (маленький твір від 1 до 20 друкованих сторінок) – фанфік-оповідання [105; 108; 109];
- найменування сюжетних особливостей оповіді, її моделі та структури, котрі мають аналоги серед літературних жанрів: *романтика, або романс* (жанр творів фанфікшену, зосереджений на персонажах, пов'язаних почуттями кохання); *драма* (жанр, зосереджений на конфліктах героїв з собою, суспільством чи з іншим героєм); *вірші* (твір, що відрізняється наявністю рими та будується за певним ритмічним зразком); *детектив* (твір, в основу сюжету котрого покладено детективну історію, розслідування загадкових подій); *пародія* (робота, створена за мотивами відомого твору, комічний ефект у ній досягається за рахунок навмисного повторення унікальних рис твору у зміненій, але впізнаваній формі) [117];
  - назви, запозичені в англійській мові: *фікшн-фантастика* або *аніме-фантастика*;
  - жанри, виділені за типом персонажа: *вампіри* (твір про вампірів); *кроссовер* (будь-який твір, у якому задіяні персонажі та реалії більш ніж одного фандому); *міфічні істоти* (твір, де представлено опис вигаданих міфічних істот); *йокаї* (робота, зосереджена на надприродних силах з японської поезії); *наги* (твори з персонажами, зображуваними у вигляді змії з людським торсом та головою) [120];
  - жанри, на виділення яких впливає місцевість, де відбуваються події: *омегаверс* (фанфік, дія в якому відбувається у світі, де персонажі розподіляються на три типи: альфи, бети та омеги); *навчальні заклади* (твір, основна дія про школу, університет, коледж тощо); *постапокаліптика* /

*постапокаліпсис* (робота, в якій описується світ після катастроф, що призводить до знищення людства) [99];

- жанри залежно від особливостей написання роботи: *сонгфік* (англ. songfic – твір, написаний за мотивами пісні чи музичної композиції); *фікарт/артфік* (фанфік, створений за мотивами арту чи ілюстрації); *рольовка* (робота, яка по чергово пишеться кількома авторами) [102];

- жанри за ступенем відвертості зображуваних сцен та їх характером – направленістю: *гет* (англ. het – твір про романтичні та інтимні стосунки між чоловіком та жінкоюю); *джен* (англ. gen – твір, у якому є романтична лінія, але вона не впливає на розвиток сюжету); *слеш* (англ. slash – твір про романтичні стосунки між чоловіками) [105];

- жанри, в яких значну роль відіграє саме емоційна складова: *дарк/даркфік* (англ. darkfic – фанфік, що викликає у читача сильні негативні переживання); *ангст* (англ. angst – твір про сильні душевні або фізичні переживання персонажа, негативну емоційну напругу); *харт/комфорт* (англ. hurt/comfort – фанфік, у якому один із персонажів страждає, душевно чи фізично, а інший його підтримує) [109].

До *третьої тематичної групи* відносимо слова, які учасники субкультурної спільноти використовують для характеристики фан-робіт (3,38%). На основі проаналізованого матеріалу можемо виділити кілька підгруп лексем:

- рейтингова система фанфікшену охоплює сленгізми, що вказують на вікові обмеження стосовно прочитання певного фанатського твору: *Джі* (G – твір, який не має вікових обмежень); *ПіДжі* (PG – рекомендується присутність батьків); *ПіДжі-13* (PG-13 – рекомендується перегляд з батьками дітям до 13 років); *Ер* (R – рекомендується перегляд з батьками дітям до 17 років); *ЕнЦе-17/Енца* (NC-17 – не допускається перегляд особами, до 17

років); *ЕнЦе-21/Енца* (НС-21 – заборонено прочитання особами до 21 року), а також похідні прикметники типу *енцушний* [106; 109];

- технології, використовувані при написанні фанфіків: *саммарі* (англ. summary – короткий зміст твору, анотація); *варнінг* (англ. warning – попередження, котрі інформують про те, що певні події твору можуть бути неприйнятні для читача); *дисклеймер* (англ. disclaimer – вказівка у шапці фанфіку, яка свідчить про некомерційне спрямування твору та вказує на справжніх власників права на використання персонажів) [117].

*Четверта тематична група* жаргонної лексики фікрайтерів охоплює найменування людей, які займаються створенням фанфіків (2,68%):

- залежно від їх професійних навичок у написанні творів, поділяються на: *«йуних аффтарів»* (люди, які часто створюють і публікують твори, написані безграмотно, з низькопробними сюжетами); *юних авторів*, котрі тільки починають писати, нейтрально або позитивно ставляться до критики, намагаються покращити свої навички; *обраних авторів/майстрів* (автори фанфіків, які отримують велику кількість позитивних відгуків та оцінок) [105];

- залежно від функцій у процесі створення фан-твору всі фікрайтери поділяються на: *альфа* (англ. alpha – автори); *бет* (англ. beta, beta-reader, editor – редактори, які виправляють орфографічні та пунктуаційні помилки у тексті) та *гам* (англ. gamma – люди, відповідальні за змістове навантаження фіку) [105];

- залежно від найчастотнішого використання жанрів фанфікшену, виділяємо: *гетщиків* (прихильники жанрової спрямованості «гет»); *слешерів* (люди, які більшою мірою використовують жанрову спрямованість «слеш»), а також за аналогією до них *дженисів, яойщиків, стьобщиків, пародистів* та ін. [109];

- залежно від персонажів, яких автори використовують у своїх творах: *шаволи* (члени фандому південно-корейського гурту Shinee); *ельфи* (члени фандому Super Junior); *поттерщики* (прихильники фандому «Гаррі Поттер»); *екзотик/екзотики* (члени фандому гурту EXO); *армис/арми* (члени фандому гурту BTS) [114].

До *п'ятої тематичної групи* жаргонної лексики фікрайтерів доречно віднести найменування так званих форматів текстового опису в фан-творах (1,69%). Наприклад, помітка *POV* у шапці фанфіку, а також у тексті твору з приписом імені персонажа означає, що далі оповідь буде йти від особи вказаного персонажа. *Т/І робота* – фанфік, написаний у форматі, котрий дозволяє замінити Т/І («Твоє ім'я») на власне ім'я при прочитанні твору і стати одним із головних персонажів. До форматів також відносимо стилізацію (щоденники, чатфік, новелізацію, листи тощо).

*Шоста тематична група* сленгу репрезентована найменуваннями типів персонажів у фан-творах (1,4%). За вибіркою можна виділити дві підгрупи номінації персонажів:

- оригінальні, створені фікрайтером, персонажі: *оригінальний персонаж* – персонаж, вигаданий особисто автором і не зафіксований в каноні; *ОЖП* (оригінальний жіночий персонаж) – створений автором, неканонічний жіночий персонаж; *ОЧП* (оригінальний чоловічий персонаж); *Мері Сью* (англ. Mary Sue) / *Марті Сью* – оригінальний персонаж, який найчастіше є уособленням самого автора або того, ким він хотів би бути, ідеалізований персонаж; *злостивий автор* – вписаний у канву твору як персонаж, котрий іронізує над долями інших [110];

- типові для фанфіків персонажі, що найменуються не тільки учасниками субкультури фікрайтерів, а також анімешниками, отаку та кей-поперами, проникаючи у сленг фанфікшену з жаргону цих субкультур: *альфа*, *бета*, *омега* – персонажі в творах жанру омегаверс; *центрік* –

головний персонаж; *бісьонен*; *яндере*; *цунцун* – мізантроп, злодій, який не знає жалю; *цундере* та ін. [120].

До сьомої тематичної групи відносимо антропоніми фікрайтерів (1,27%), а саме:

- номінації персонажів найпопулярніших у фікрайтерів творів, з імен яких створюються назви перйрінгів: *ДжонКі* – Джонхьон та Кібом; *Делена* – Деймон та Єлена; *Туміни* – Темін та Мінхо [112];
- номінації реальних людей, яким присвячені твори, а також назви їх фандомів та агенцій, студій, осіб, з якими вони працюють: *Соша* – Чан Гінсок; *Данон* – Сон Донун; *Сирник* – Чхве Синрі; *Дракоша* – G-Dragon; *Яша* – Теян [116]. Переважно йдеться про фамільярно забарвлені імена учасників південнокорейських гуртів.

Восьму тематичну групу сленгу фікрайтерів складають акроніми, аббревіатури, запозичені та кальковані лексеми (0,56%). Сленгізми цієї групи свідчать про те, наскільки автор фанфіку змінює канонічні події та характери персонажів, і в якому саме напрямку вони розвиватимуться далі: *канон* (англ. canon), або *офіційний Всесвіт* – факти, перенесені з твору-першоджерела, а також факти з джерел, опублікованих правовласниками; *субканон*, *розширений канон* (англ. Extended Universe, EU) – факти з офіційних джерел, що з'явилися після створення канонічного твору; *фанон* (англ. fan+canon) – визнаний широким колом осіб факт чи сукупність фактів, не згадуваних у каноні [104; 108].

## Висновки до розділу 2

За нашою вибіркою, лексичний матеріал було поділено на три великі групи: сленг анімешників/отаку, кей-поперів та фікрайтерів. У кожній з них жаргонізми диференційовано за тематичними групами відповідно до специфіки субкультури та реалій життя, що позначаються певними



одиницями. Помічено, що сленг як відкрита система постійно поповнюється інноваціями. Він є своєрідним мірилом дотепності його носіїв.

Всю лексику анімешників/отаку поділяємо на тематичні групи: жанри та стилі аніме та манги; найменування осіб; лексеми, що використовуються для надання розмові таємничості; поняття, пов'язані з аніме та мангою; найменування персонажів, типи героїв аніме та манги; стиль життя фаната аніме/манги; назви структурних частин аніме та манги; лексеми на позначення загальних понять; назви форматів медіа-продукції; номени, що стосуються дизайну персонажів та аніме/манги в цілому.

Сленгову лексику українських кей-поперів диференціюємо на такі тематичні групи: назви осіб, предметів і явищ, емоції та оцінка, назви дій та процесів, найменування видів фанатської творчості, крилаті вирази й афоризми, етикетні формули. Найчисельнішими виявилися назви осіб, предметів, явищ та процесів, що, на нашу думку, зумовлено намаганням мовців виокремити себе із загалу.

Сленг фікрайтерів диференціюємо так: назви стилю життя фікрайтерів; найменування жанрів фанфіків; основні характеристики фанробіт; характеристика авторів фанфіків; формати текстового опису у фанфіках; типи персонажів фанфіків; антропоніміка фікрайтерів; особливості зміни канону.

## РОЗДІЛ 3. МОЛОДІЖНІ СОЦІОЛЕКТИ З ПОГЛЯДУ ПОХОДЖЕННЯ ТА ТВОРЕННЯ

### 3.1. Лексичні запозичення у соціолектах аніме, кей-поперів, фікрайтерів

Досліджуючи джерела походження сленгу отаку, кей-поперів та фікрайтерів, особливу увагу звертаємо на держави, де формувалися їхні субкультури. Йдеться про Японію та Південну Корею, а також англійські країни (США, Англія, Канада, країни Європи). З огляду на це можемо стверджувати, що більша частина лексем соціолекту цих молодіжних об'єднань є запозиченою.

Як свідчить наша картотека, 29,04% «аніме-шних» слів була запозичена з західних аніме-спільнот і являє собою англійські слова, котрі закріпилися в розмовно-жаргонній сфері української мови (опенінг, гаремник, сканлейтінг), а також адаптовані до української мови японські слова (сугойний, кавайний, яойщик тощо), що з'явилися в мові українських анімешників та отаку через мови-посередники – англійську та російську – завдяки активній комунікації з аніме-спільнотами відповідних країн.

Проте на шляху до української мови сленгізми зазнають часткової зміни початкового значення слова. Інакше кажучи, українські анімешники використовують запозичені японські лексеми з далекою від первинної семантикою. Прикладом може слугувати саме слово *аніме*. В Японії його розуміють як будь-яке анімаційне кіно не залежно від країни-творця.

Водночас в Україні та Росії аніме тлумачать як виключно японську анімацію, котра відповідає певним стилістичним стандартам.

Н. Буйлова та О. Ляшевська [17] виокремлюють три шляхи походження сленгізмів у мові анімешників/отаку:

- 1) слова японського походження типу *айкеч, айзобан, ай*;
- 2) англізми на кшталт *анісмайли; войсовер*;

3) русизми та українізми, як-от: *випуск призутинено, гра* [120].

Помітно, що від цих запозичень на україномовному ґрунті творяться похідні за продуктивними типами нашої мови, наприклад, *гонзятина*.

Як відзначає А. Габдулліна, значна частина японських запозичень у сфері субстрату обмежується поєднанням двох субкультур – аніме та манги, поширених через інтернет-форуми, чати, інтернет-словники та журнали, що видаються прихильниками такого роду мистецтва. Саме ці субкультури слугують основою для створення журналів типу «Аніме-гід», «Аніманія», інтернет-журналів «Ня», «Cosplay – зроби сам», – пише авторка [23].

Японізми в соціолекті аніме використовуються не тільки для того, щоб назвати іншокультурні реалії, а найчастіше ними ж і замінюють власне українські загальноновживані слова. Щоразу, спілкуючись з друзями (навіть якщо вони не є анімешниками), носій сленгу може замінити етикетне слово «дякую» на не завжди і не всім зрозуміле «арігато», а слово «вибач» – на «томене».

Англізми, котрі використовуються представниками субкультури аніме/отаку є запозиченими з англомовних інтернет-спільнот. На нашу думку, їх можна вважати так званим міжнародним, або універсальним, сленгом. Ці сленгізми використовуються спільнотами в усьому світі і позначають загальні поняття, назви структурних елементів аніме та манги, дії та процеси, які виконують фанати. Так, наприклад, слово *онгоїнг* (англ. ongoing) використовується і представниками інших субкультур (кей-попери, серіаломани), у будь-якій країні воно матиме значення продукту, котрий поступово, частинами з'являється у вільному доступі (розділи манги, серії аніме чи дорами, навіть частини фанфіку).

Прийнято виділяти три шляхи запозичення:

- *Шляхом прямого запозичення* потрапили в українську англіцизми типу *косплей, хардсаб, ансаб*; японізми на кштал *бісьонен, бісьодзьо, ітася*

[120]. Таким чином в українську мову потрапили японізми, зокрема, через відсутність українських відповідників.

- *Словотвірне калькування* – копіювання зовнішньої форми іншомовного слова. Цей шлях вимагає хороших знань японської мови та точної співвіднесеності з українською. Саме в такий спосіб запозичення аніме-сленгу використовується дуже рідко.

- *Семантичне калькування* сприяло потраплянню до сленгу україномовних анімешників таких слів, як балон, хмара, у кольорі тощо.

Слова японського походження *зафіксовано* в усіх тематичних групах. Їхні характерні ознаки такі:

- чіткий поділ на відкриті склади: *ко-до-мо, не-ко-мі-мі*;
- звукосполучення [дз] на початку складу, властиві українській мові: *сьодзьо, дзьосей*;
- звукосполучення [ге]([го]), [ге]: *текіга, сугой*;
- закінчення іменників на голосні [і], [е], [у]: *хікікоморі, ероге, отаку*.

Відзначимо також випадки потрапляння окремих англізмів в українську посередництвом японської мови. Наприклад, *дорама* (від англ. drama) – серіал з живими акторами, *панцу* (від англ. pants) – спідня білизна. Однак іноді використовуються японсько-англійські гібридні утворення, так званій інґріш (поєднання англійського та японського слова) типу *додзін-новела*.

Щодо англізмів, то за нашою картотекою, найчастіше це лексеми на позначення технологій та форматів комп'ютерної обробки аніме/манги (*фандаббінг, ОВА, равка*); форм випуску та частини аніме та манги (*фанбук, анігайд*); значно менше прикладів – назв жанрів та персонажів (*фуррі*). Чимало таких слів потрапили у сленг анімешників з комп'ютерної сфери.

Спостережено, що українські похідні слова можуть утворюватися двома способами. Перший – завдяки переосмисленню загальноживаних слів

в українській мові (*антенка* – два пасма волосся, що стирчать із зачіски як вуса комахи; *гарем* – аніме чи манга з великою кількістю жіночих персонажів). Також можливий іронічний переклад японізмів, як-от: «Кавай – стільки кошенок...». У другому випадку маємо справу з творенням похідних українських слів від запозичених коренів з використанням українських словотворчих моделей: *анімешиник, гонзятинна, отакун*.

Походження сленгу кей-поперів пов'язане з поширенням культури Південної Кореї, країнами-посередниками якої виступають насамперед англомовні країни. Вважаємо, що більша частина лексики цього соціолекту запозичена саме з корейської та англійської мов, трохи менша – це власне українські утворення.

Такі запозичення дуже легко пояснити відсутністю подібних слів в українській мові та необхідністю називати невластиві українській культурі поняття, бажанням «стати ближчими» до кумирів, виокремитися з натовпу.

Тож, можна говорити про зазначені нижче шляхи походження сленгу кей-поп субкультури.

- *Пряме запозичення з корейської мови на кшталт: она* (корейці використовують для звернення дівчини до старшого за віком хлопця, брата; кей-попери промовляють за будь-якої нагоди); *онні* (у Кореї так звертається дівчина до старшої за віком подруги, українські ж кей-попери використовують усюди); те саме стосується слів *аджума, аджосі, джінгу* [111] та ін.

- *Запозичення з корейської мови слів первинно англійського походження або так званого конгліша, тобто англійських слів, у який відбулися фонетичні зміни під впливом фонетики корейської мови: к'юти* (англ.cute, кор. 쿼트) – милий або мило; *хату* (англ.heart, кор. 하투) – сердечко [106]. Переосмислення значень англійських слів та потрапляння їх в українську через посередництво корейської мови. Найчастіше це імена або

прізвиська, на кшталт: *Банні* (англ. bunny), *Панні* (англ. Puppy) [112]. Не менш часто зустрічаються запозичення з корейської мови композитів конглішу, утворених поєднанням англійського та корейського слова або їх частин: *сасен-фанати* (кор. 사생+ англ. fan), *евіл-макне* (англ. evil + кор. 막내), *макне-лайн* (кор. 막내+ англ. line) [109].

- *Дослівний переклад-калькування* з корейської мови. Таким шляхом до кей-поп сленгу потрапляють довгі фрази, назви ігор: «*Я бачив сон. Мені наснився привид*» [109].

- *Запозичення слів* з англійської мови із застосуванням до них правил української граматики (словозміна): *інтертейменти, віжуали, айдоли* [114].

- *Запозичення* з російської мови комбінованих слів, утворених поєднанням корейських та англійських коренів слів з використанням російських словотвірних формантів: *оппочка, Льончик, Тоха* [105].

- *Калькування власних назв*, що виникли в російськомовному просторі, іноді з їх дослівним перекладом: *Сахарок, Цуценятко* [112], *Рисовий пиріжечок, Руйнівник біас листа* [116].

- *Похідні утворення* на україномовному ґрунті засвідчують англійські або корейські корені та словотвірні засоби української мови: Наприклад, суфікси:

- -ечк-, -ючк-: *айгушечки, фанючка* [116];

- -ульк-: *саранхулька* [116];

- -ну-: *камбекнутися* [114];

- -и-: *стенити, спойлерити* [105].

- *Власне українські лексичні новотвори* виникають завдяки переосмисленню загальноновживаних слів: *океан, матуся, батько* [109].

Тож, серед шляхів походження лексем соціолекту кей-поперів виокремлюємо: запозичення з корейської мови, запозичення з англійської мови, дослівний переклад, запозичення з російської мови та власне українські переосмислені лексеми.

Щодо сленгу фікрайтерів, то слід звернути увагу на основний масив жаргонізмів – запозичення з англійської мови та власне українські або запозичені з російської мови лексеми.

Відтак виділяємо наступні шляхи утворення сленгу україномовних фікрайтерів:

- *Запозичення з англійської мови, яким притаманна фонетико-морфологічна варіативність*, що виявляється у різноманітності звукової передачі іншомовних слів: *фанфікшн/фанфікшен, фенфікшен, фан-фінкшен, фем-слеш/фам-слеш* [101] тощо. За допомогою прямого запозичення до сленгу фікрайтерів потрапляють сленгові одиниці інших субстратів (анімешників, молодіжного жаргону, сленгу геймерів та кей-поперів).

- *Японські запозичення* зустрічаються дещо рідше. До них відносимо лексеми типу *яой, юрі, кавай, семе, фуррі* [120].

- *Корейські запозичення* використовуються фікратерами тоді, коли робота так чи інакше стосується кей-попу: *айдол, агенція, дебют* [116].

- *Власне українські слова, або запозичені з російської мови, утворені за аналогією до запозичених з англійської: рольовка, люся, яойщик, слешер* [109] тощо.

- *Переосмислення значень лексем, які, хоч і перейшли в пасив, але активно використовуються у мові субстрату: альфа, омега, канон, апокриф* [105].

- *Переосмислення значень власне українських слів: блохи, бджоли, злив* [98].

Таким чином, сленг фікрайтерів тісно пов'язаний зі сленгом, кей-поперів, анімешників/отаку, серіаломанів, складається з лексичних одиниць, запозичених з англійської, японської, корейської, російської мов, а також власне українських новотворів.

Отже, за походженням сленгізми означених субкультур – переважно запозичені, зрідка – власне українські. Відзначимо також активне міжмовне взаємопроникнення, зумовлене належністю окремих лексем до Інтернет-сленгу.

### **3.2. Способи творення сленгових найменувань в соціолектах аніме спільнот**

Оскільки сленг є частиною мовної системи, то й формування його словника відбувається за рахунок загальномовних джерел та засобів.

За словами Е. Береговської, різниця між словотворенням у мові загалом та конкретно творенням одиниць сленгу полягає лише у пропорціях [9]. В. Вілюман у своїй науковій студії наголошує, що основними способами появи сленгізмів виступають переосмислення, звуження чи розширення значень уже існуючих слів [22]. Велика кількість одиниць виникає шляхом скорочення слів, словоскладання, а також афіксації.

Субкультури кей-поперів, анімешників/отаку, фікрайтерів та їхні соціолекти дуже молоді, тому наукових праць, присвячених описові словотвору цих сленгізмів мало. Спираючись на дослідження Н. Афанасової [4], Е. Береговської [9], Н. Буйлової [16; 17], В. Вілюмана [22] та М. Маковського [48], Л. Титаренко [73] про формування та функціонування одиниць молодіжного сленгу, спробуємо з'ясувати особливості словотворення сленгових одиниць у середовищі анімешників/отаку, кей-поперів та фікрайтерів.



Велику роль у словотворенні сленгізмів кей-поперів та фікрайтерів, на відміну від анімешників, відіграють оказіональні лексичні неологізми (*бетееята* – назва гурту «Бі Ті Ес», від аббревіатури BTS (Bulletproof Boy Scouts); *Віксики* – Вікс; *ері* – екзо ел (від аббревіатури EXO L); *енца* – рейтинг твору з позначкою NC-17 (NC-21); *синдром отакуїзма* – стан, за якого анімешники витрачають весь вільний час на аніме та мангу; *фіолетовлю* – I purple you (утворений учасником гурту BTS Кім Техьоном вираз для використання у значенні «Я тебе люблю, піклуюся про тебе й оберігаю») [116].

Словоскладання є одним із найважливіших засобів поповнення словникового складу мови, який полягає в поєднанні двох повнозначних слів чи їх основ, у результаті чого утворюється нове слово. Таке похідне утворення позначає нове поняття, рівне сумі значень двох твірних слів: *мінісерал* (серіал, який складається з коротких серій), *мультифендом* (прихильники кількох фендомів одночасно).

Абревіація – спосіб словотворення, що полягає в складанні початкових частин або початкових літер твірних основ. За допомогою буквенної абревіації творяться сленгові одиниці в соціолектах усіх трьох субкультур: анімешників (АМВ (Anime Music Video), ІСА (Imagine Song Album), ОП (opening)); кей-поперів ((*ДжейКей* (JK, Jungkook), *ДжиДі* (G-Dragon), *АрЕм* (RM)); фікрайтерів (АУ (альтернативний всесвіт), ОЖП (оригінальний жіночий персонаж)) [105].

Комбінована абревіація найчастіше спостерігається при творенні назв пейрінгів: *Ві* + *Чонгук* = *Вігуки* (імена учасників гурту); *Намджун* + *Джин* = *Намджини* (імена учасників гурту); *Юнгі* + *Чімін* = *Юнміні* (імена учасників гуртів) []; назви видів фанатських об'єднань: *фанбаза* (фанатська база; об'єднання фанатів); *фанкафе* («фанатське кафе»; Internet-ресурс, призначений для фанатів) [109] тощо.

Калькування – спосіб творення слів, який полягає у дослівному перекладі понять з японської, корейської та англійської мов: шиппінгова війна (англ. shipping war); парапсихологія (англ. parapsychology); «Я бачив сон. Мені наснився привид» (з кор.) [105].

Словниковий склад активно поповнюється завдяки багатозначності загальноновживаних слів *океан, матуся, дідок, блохи, бджоли, злив, антенки, розділ, сезон* [98], які набули в досліджуваних соціолектах інших значень. Переважно переосмислення можливе на основі метафоризації, наприклад, *діва* – гарний, стрункий, трохи манірний учасник чоловічої крупи; *Рожева фея/принцеса/принцеса* – Джин із гурту BTS, через надмірну любов до рожевого кольору [105]; *Сейлор Мун* – той, хто вдягає костюм, схожий на матроску; *Тоха* – Кім Техьон, за схожістю імен [109] тощо.

Одним із способів словотворення одиниць соціолекту анімешників/отаку, кей-поперів та фікрайтерів є афіксація. Більшість сленгізмів утворено суфіксацією. Слід зауважити, що словотвір у сфері усного слововживання характеризується приєднанням емоційно забарвлених суфіксів до кореня слова, як-от: пестливість (*саранхулька, саранхулічка* – від саранхе; *Техьончик* – від Техьон; *Віксята* – від Вікс; айгушечки – від айгу); згрубілість (*Шугарь, Гукіч*); іронічність (*Равшан* (Раві), *Кентос* (Кен)) [110] тощо.

Крім того, нами встановлено випадки творення слів за допомогою додавання українських афіксів до японських, корейських, англійських та російських коренів, наприклад:

- ім. суф. -к-: *равка* (рав + суф. к + флекс. а), *тівішка* (TV + суф. ш + суф. к + флекс. а);
- рос. суф. -щик-: *стьобщик* (стьоб + суф. щик), *яойщик* (яой+суф. щик);
- дієсл. суф. -уват-: *рейтингувати* (рейтинг + суф. ува + суф. ти) та ін.

Отже, аналіз сленгізмів, виявлених у мовленні анімешників/отаку, кей-поперів та фікрайтерів, свідчить, що досліджувані одиниці утворені шляхом калькування, афіксації, словоскладання, запозичень з корейської, японської, англійської, російської мов. Зафіксовано також приклади оказіонального словотворення, лексико-семантичної деривації, а також абрєвіації.

### 3.3. Фонетичне та графічне освоєння сленгових запозичень

Передача звукового оформлення запозичень графічними засобами мови-реципієнта є однією з найскладніших проблем сучасного українського мовознавства, оскільки труднощі виникають у наслідок розбіжностей у системах мови-джерела та мови-реципієнта. З цього приводу Б. Головін зазначає: «...дуже важливо зрозуміти, що відбувається з «чужим» словом, коли воно опинилося в «чужій» для нього мові. Тут ми підходимо до питання про освоєння мовою запозичених слів» [25, с. 107].

На думку С. Семчинського, «при запозиченні завжди виникає питання про спосіб пристосування іншомовної фонеморфологічної зовнішності до форм рідної мови» [63, с. 26].

А за спостереженнями Н. Матвєєвої, «звуковий склад слова стає для носіїв мови помітнішим тоді, коли саме слово є незвичним» [50, с. 21–22], можна віднести, в першу чергу, до екзотизмів, якими в українському молодіжному сленгу субкультур, що вивчаються, є лексеми, запозичені з японської та корейської мов.

Фонологічні та графічні системи цих мов суттєво відрізняються від української. Звісно, якщо йдеться про ті звуки, які знаходять в українській мові більш або менш точні відповідники (наприклад, голосні а, о, у, і та деякі приголосні), то передаються вони за допомогою відповідних українських звуків (а на письмі – літер): *гарем* (від англ. *harem*); *опенінг* (англ. *opening*). А коли говоримо про безеквівалентні звуки, вимова лексем наближена до мови-

джерела за якийсь час засвоїться українським мовним ґрунтом, що буде відображено й орфографічно. У такому випадку спрацьовує фонетичний принцип правопису: хьон (кор. 형 [hyong]); *кімчі* (кор. 김치 [kimchi]); *додзінсі/додзінши* (яп. dojinshi) тощо.

Серед фонетичних ознак освоєння екзотичних слів японського та корейського походження визначаємо наступні:

- наявність у флексіях тих голосних, котрі не зустрічаються у питомо українських словах в називному відмінку однини: *генкі* (з яп. енергійний життєрадісний персонаж); *добуцу* (з яп. аніме про людиноподібних і розумних пухнастих істот); *атасі/аташі* (з кор. звернення до молодої жінки віком до 35 років); *Банні* (з англ. прізвище одного з учасників гурту BTS Чон Чонгука);
- невластиві українській мові подвоєння літер *кк*, *гг*, *тт*, наявні у корейській мові: *Гуккі* (зменшено-пестливе ім'я одного з учасників гурту BTS Чон Чонгука); *оппа* (з кор. звертання дівчини до старшого за віком хлопця);
- невластиве українській мові звукосполучення [чж], яке не є повним відповідником корейського: *сачжєгі* (з кор. накручування фізичних або цифрових продажів музичного альбому), *ачжа* (з кор. вираження підтримки);
- відсутність у сленгізмах японського походження силового наголосу, що сприяє їх індивідуальному наголошенню.

Порівняно з українською мовою японська має приблизно однаковий склад вокалізму та консонантизму, навіть диференціація приголосних за твердістю/м'якістю тут також є.

Тож, щодо графічного оформлення сленгізмів, запозичених з японської мови, то, через посередництво російської, в українській мові окреслилося два способи передачі звукового складу слів: 1) жіночий варіант (*сьодзьо*, *сьонен*, *бісьонен*) та 2) чоловічий варіант [6, с. 6] (*шьоджьо*, *шьонен*, *бішьонен*). Представники соціолекту аніме особливо не замислюються над способом

передачі на письмі звукового складу слова, використовуючи найлегший спосіб – пряме запозичення, залишаючи при цьому індивідуальним спосіб написання. Найчастіше спрацьовує фонетичний принцип правопису, що дозволяє записати слово так, як воно звучить за допомогою літер українського алфавіту: *токусацу* (яп. tokusatsu), *танкобон* (яп. tankoubon), *бункобан* (яп. bounkouban) та ін.

Основною причиною непослідовності передання звукової форми сленгізмів корейського походження графічними засобами української мови є невідповідність графічних систем мови-джерела та мови-реципієнта. На відміну від японської, корейська мова як в системі вокалізму, так і в системі консонантизму має низку звуків без відповідників у фонетичній системі української мови, а отже, не може адекватно транслітеруватися українськими буквами. Прикладом таких невідповідностей може слугувати відсутність диференціації літер на позначення звуків [л] та [р]; [б] та [п]; [пх] та [ф]; [д] та [т]; [с], [ш] та [т], які на письмі позначаються одним графічним знаком відповідно ㄹ; ㅂ; ㅍ; ㅌ; ㅅ, а звучання їх залежить від позиції у слові: *саран* (кор. 사랑 – любов), *ільджин* (кор. 일진 – школярі-хулігани); *анпа* (кор. 아빠 – батько), *бантан* (кор. 방탄 – куленепробивний); *пхендиль* (кор. 팬들 – фани), *файтін* (кор. 파이팅 – уперед); *тонсен* (кор. 동생 – молодший брат або сестра), *денг* (кор. 댕 – вигук); *сонбе* (кор. 손베 – наставник), *скіншип* (кор. 스킨십 – мінливий дотик), *сет* (кор. 셋 – три) та ін.

Тож, основним способом відображення звукового складу сленгізмів насамперед субкультури кей-поперів є запис сприйнятого на слух корейського слова українськими літерами.

Сленгізми, запозичені з англійської мови, найчастіше потрапляють до соціолекту субкультури аніме, кей-поперів та фікрайтерів через посередництво корейської, японської або російської мови в досить зміненому вигляді. Для передачі їх звукового складу на письмі, так само як і в ситуації з японськими та корейськими запозиченнями, використовується спрощена система транслітерації, простіше кажучи, запис англійських запозичень літерами українського алфавіту (*крек, керектер, мідквел*). Також відбувається пристосування вимови звуків до артикуляційних норм української фонетичної системи, а основним принципом правопису таких слів залишається фонетичний. Можлива також фіксація слова англomовного походження латиницею або латиницею у поєднанні з кирилицею.

Крім того, для передачі на письмі українською мовою носового звука [н], як у словах англomовного походження на місці звукосполучення [ng], так і в словах корейського походження на місці літери *ㅇ*, що позначає носовий звук [н], використовується або буквoспoлучення *нг* (*ендінг* (англ. *ending*)), або тільки літера *н* (*чаджанмьон* (кор. *짜장면*)). У будь-якому з цих випадків останній звук у слові, який в оригіналі є носовим, може вимовлятися як носовий, а може і не вимовлятися.

Останнім часом у світлі популяризації української мови серед молоді, а також, за ствердженням представників субкультур аніме, кей-поперів та фікрайтерів для передачі на письмі сленгових запозичень вони намагаються більшою мірою використовувати відмінні від російськомовних формули, наприклад, замінюючи у словах літеру *г* та *т*. На думку реципієнтів, серед яких зустрічаються індивіди різного віку, соціального статусу та рівня освіти, створення україномовних сайтів, спільнот та форумів з тематикою субкультур допоможе спонукати молодших учасників до вивчення національної мови.

Запозичені слова, мова-реципієнт не засвоює в тому вигляді, в якому вони існували у мові-джерелі. Більша частина таких лексем змінюється та уподібнюється лексемам, вже наявним у цій мові. Те саме стосується і сленгових запозичень, які, увійшовши до української мови з англійської, японської та корейської мов, набули нового фонетичного, а відповідно і графічного вигляду.

Основними способами передачі на письмі сленгових запозичень з англійської, корейської та японської мов є транслітерація, а також передача звукового складу за допомогою фонетичної системи української мови; написання слів англійською мовою, використання одночасно кириличного письма та латиниці. Крім того, графічне зображення запозичених сленгізмів може бути глибоко індивідуальним і залежати від уподобань носіїв соціолекту.

### **3.4. Морфологічні риси жаргонної лексики аніме, кей-поперів, фікрайтерів**

Сленгізми іншомовного походження, потрапляючи в українські мову, набувають граматичних рис, властивих мові-реципієнту.

Значну проблему становить категорія роду. Як відомо, іменникам японської та корейської мов рід не властивий взагалі. Щодо іменників англійської мови, то говорити про рід (жіночий або чоловічий) доречно тільки тоді, коли йдеться про живу істоту, оскільки всі неістоти належать до середнього роду. Для того, щоб зазначити рід у цих мовах, використовуються спеціальні суфікси або додаткові слова (яп. *онее-чан* / *оніі-чан*; кор. *оппа* / *онні* та ін.).

Однак, потрапляючи до української мови, іменники набувають категорії роду і змінюються на кшталт українських слів відповідно чоловічого, жіночого або середнього роду: *акума* (з яп. – ч. р., Сатана),

*амеріме* (з яп. – с. р., за зразком слова море, хоча і називає анімаційну продукцію), *анімка* (з яп. – ж. р., тусівка отаку), лейбл (з англ. – ч. р., знак гурту), *ліда* (з англ. – ч. р., лідер гурту), *макне/макна* (з кор. – спільний рід, наймолодший учасник), *репак* (з англ. – с. р., перевидання) та ін.

Категорія відмінка також виявляється фрагментарно. Деякі іменники англійського, корейського та японського походження набувають типових відмінкових закінчень іменників I та II відмін.

Перш за все це слова чоловічого роду, які закінчуються на твердий приголосний, що позначають назви жанрів аніме, манги, фанфікшену, як-от: *кіберпанк* (н. в.), *кіберпанку* (р. в.), *кіберпанку* (д. в.), *кіберпанк* (зн. в.), *кіберпанком* (ор. в.), *на кіберпанку* (м. в.); назви людей: *клінер* (н. в.), *клінера* (р. в.), *клінеру* (д. в.), *клінера* (зн. в.), *клінером* (ор. в.), *на клінері* (м. в.); назви предметів та явищ: *лайтстік* (н. в.), *лайтстіку* (р. в.), *лайтстіку* (д. в.), *лайтстік* (зн. в.), *лайтстіком* (ор. в.), *на лайтстіку* (м. в.). Тож, ці іменники відмінюються за зразком іменників 2 відміни (ч. р. з нульовим закінченням).

Можуть змінюватися за відмінками також іменники типу *альфа* (*альфи*, *альфою*), *бета* (*бети*, *бетою*), *омега* (*омеги*, *омегою*), *дорама* (*дорами*, *дорамою*), *вписка* (*вписки*, *впискою*) та ін.

Проте, зауважуємо, що до сленгу цих субкультур входить велика кількість невідмінюваних запозичених з японської мови іменників типу *кігурумі*, *дередере*, *коїбіто*, *кокоро*, *меха*, *махо*.

Щодо словосполучень, то їх стрижневе слово відмінюється за певним парадигматичним типом і є носієм граматичного значення, водночас залежні лексеми позначають семантику такої одиниці, наприклад, *Руйнівник біас листа* (н. в.), *Руйнівника біас листа* (р. в.), *Руйнівнику біас листа* (д. в.), *Руйнівника біас листа* (зн. в.), *Руйнівником біас листа* (ор. в.), *на Руйнівнику біас листа* (м. в.). Якщо таке словосполучення-онім утворене шляхом приєднання до іменника прикметника, то він узгоджується у відмінку з



головним словом: *Рожева фея* (н. в.), *Рожевої феї* (р. в.), *Рожевій феї* (д. в.), *Рожеву фею* (зн. в.), *Рожевою фесю* (ор. в.), на *Рожевій феї* (м. в.).

Категорія числа виявляється у тих відмінюваних запозичених сленгізмів, що називають предмети або осіб, які можна порахувати, подібно до власне українських слів: *сасен – сасени*, *стен – стени*, *тайтл – тайтли*, *обраний автор – обрані автори*, *оріджинал – оріджинали* тощо.

Як іменники, так і оформлені завдяки морфологічним засобам української мови прикметники та дієслова набувають граматичних категорій української мови: *фіолетовлю* (дієслово дійсного способу, 1-шої особи однини, недоконаного виду, перехідне), *набіхитити* (дієслово, інфінітив, доконаного виду, перехідне); *шипінговий* (прикметник, відносний, однина, чоловічий рід), *енцушний* (прикметник, відносний, однина, чоловічий рід).

### Висновки до розділу 3

В ході дослідження шляхів походження одиниць соціолекту аніме, кей-поперів та фікрайтерів було виявлено, що більша їх частина запозичена з англійської, японської та корейської мов. Запозичуючи те чи інше слово, мова-реципієнт засвоює його у зміненому вигляді.

Виявлено такі шляхи запозичень у цих соціолектах: пряме запозичення з японської та англійської мов, семантичне запозичення, переосмислення значень уже існуючих слів.

Серед способів словотворення сленгізмів, виявлених у мовленні анімешників/отаку, кей-поперів та фікрайтерів, виділяємо наступні: калькування, афіксація, словоскладання, запозичення з корейської, японської, англійської, російської мов. Зафіксовано також випадки okazionalnoгo словотворення, переосмислення значень слів, а також абрєвіації.

Основними способами передачі на письмі англійських, корейських та японських сленгових запозичень є транслітерація, звукове оформлення за

допомогою фонетичної системи української мови; написання слів англійською мовою; поєднання кириличного письма та латиниці. Однак графічне відтворення запозичень може залежати від індивідуальних уподобань носія соціолекту.

## **ВИСНОВКИ**

В ході цілісного дослідження молодіжних соціолектів аніме, кей-поперів та фікрайтерів можемо зробити такі висновки.

Поняття молодіжного сленгу слід розуміти як специфічний лексикон певної групи молодих людей, котрий відображає особливості їх культурних уподобань.

На основі аналізу наукової літератури з досліджуваної проблеми окреслено аспекти вивчення сленгу, зокрема, соціолінгвістичний, стилістичний, зіставний, лексикографічний, у межах котрих спостережено формування інших напрямів вивчення сленгізмів.

Тематична диференціація сленгу представників означених субкультур репрезентована такими групами:

- сленг аніме (43,2%): жанри і стилі аніме та манги; найменування осіб; лексеми, що використовуються для надання розмові таємничості; поняття, пов'язані з аніме та мангою; найменування персонажів, типи героїв аніме та манги; стиль життя фаната аніме/манги; назви структурних частин аніме та манги; найменування загальних понять; назви форматів медіа-продукції; номінація дизайну персонажів та аніме/манги;
- сленг кей-поперів (33%): найменування осіб становлять назви людей за статтю, віком, зовнішнім виглядом, родинними стосунками, інтелектуальними здібностями, характеристиками за соціальним статусом, моральними якостями, професією чи родом занять, місцем помешкання; назви предметів і явищ репрезентовано найменуваннями гуртів, об'єднань фанатів, мистецьких понять, продуктів харчування; номінація дій та процесів

представлена похідними сленговими дієсловами, утвореними від запозичень з англійської мови; найменування емоцій та оцінок – це сленгізми, що виражають позитивні та негативні оцінки навколишнього середовища; етикетні формули представлені вигуками на позначення вітання, прощання, вибачення, подяки; назви видів фанатської творчості становлять найменування творчості фанатів про їх кумирів, назви фанатських атрибутів, слів підтримки; крилаті вирази та афоризми представлені метафоризованими висловами на позначення загальнолюдських цінностей, видатних осіб, героїв мультфільмів тощо;

- сленг фікрайтерів (23,8%): назви стилю життя фікрайтерів; жанри фанфіків; основні характеристики фанробіт; авторів фанфіків; формати текстового опису у фанфіках; типи персонажів фанфіків; антропоніміка фікрайтерів; особливості зміни канону.

Щодо походження виявлено основні джерела появи сленгізмів. Так, соціолект анімешників репрезентує приклади прямих запозичень з японської та англійської мов, семантичні запозичення, переосмислення значень уже існуючих слів.

У соціолекті кей-поперів, як і в мовленні анімешників значна частина сленгових одиниць запозичена з корейської мови, що зумовлено специфікою субкультури (вона виникла та розвивалася в Південній Кореї); решта запозичень потрапила в українську мову безпосередньо з англійської або через посередництво російської мови. Крім того, для інноваційних найменувань реалій свого життя любителі кей-попу використовують дослівний переклад, русизми та власне українське словотворення.

Мова фікрайтерів тісно пов'язана з молодіжним сленгом кей-поперів, анімешників/отаку, серіаломанів і характеризується лексичними запозиченнями з англійської, японської, корейської мов. Носії соціолекту активно використовують русизми та власне українські новотвори.

Встановлено, що виникнення сленгових неологізмів прямо залежить від уподобань представників субкультур, їх вікової групи, появи нових реалій, назви яким іще немає.

Молодіжний соціолект є відкритою системою, що постійно поповнюється новими одиницями, котрі відображають усі зміни в житті представників субкультури і виступають своєрідним мірилом їхньої дотепності.

Серед способів творення сленгізмів основними є переосмислення, звуження чи розширення значень слів, усічення основ, абревіація, словоскладання, афіксація. Виявлено, що лексеми, використовувані у середовищі кей-поперів здебільшого або запозичені, або кальки з корейської, японської, англійської, російської мов. Також помічено тенденцію до переосмислення значень загальноживаних українських слів, словоскладання, суфіксації, що притаманні загалом українському мовному ґрунту.

Тож, словник представників субкультури кей-поперів в Україні поповнюється завдяки способам словотвору, поширеним в сучасній українській мові.

Щодо опису досліджуваних молодіжних соціолектів на фонетичному, графічному, морфологічному рівнях основними способами передачі на письмі запозичених з англійської, корейської та японської мов сленгізмів відповідних субкультур є транслітерація, а також передача звукового оформлення за допомогою фонетичної системи української мови; написання слів англійською мовою; використання комбінованого кириличного письма та латиниці. Потрапляючи до української мови такі лексеми набувають притаманних їй граматичних категорій.

У світлі популяризації української мови серед молоді, а також, за словами представників субкультур аніме, кей-поперів та фікрайтерів для

передачі на письмі запозичених сленгізмів вони прагнуть використовувати відмінні від російськомовних формули. На нашу думку, це спонукає молодь до вивчення української мови.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аврорин В. А. Проблемы изучения функциональной стороны языка (к вопросу о предмете социолингвистики). Л.: Наука. 1975. 275 с.
2. Антипина Ю. В. Жанровый особенности фанатской прозы (на примере фанфикшена по творчеству братьев Стругацких). *Вестник Челябинского государственного университета*. 2011. №13. С. 21 – 25.
3. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык [учебник для вузов]; науч. ред. П. Е. Бухаркин. [10–е изд.]. М.: Флинта, 2010. 384 с.
4. Афанасова Н. В. Язык фикрайтеров в рунете: особенности формирования и функционирования: дис. канд. филол. наук. 10.02.01 – русский язык. Липецк, 2016. 249 с. URL: <http://www.dslib.net/russkij-jazyk/jazyk-fikrajterov-v-runete-osobennosti-formirovaniya-i-funkcionirovaniya.html>
5. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия. 1966. 608 с.
6. Бабенко О. Кравченко О. В усному мовленні – сленг. *Урок української*. Київ. 2004. №11-12. С. 21-24.
7. Балабін В. В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу: Монографія. К.: Логос, 2002. 315 с.
8. Беликов В. И. Крысин Л. П. Социолингвистика. М.: Российский государственный гуманитарный университет. 2001. 315с.
9. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование. *Вопросы языкознания*. 1996. №3. С. 32-41.
10. Бойко М. Ю. Л. О. Ставицька про історію дослідження арго, жаргону та сленгу. *Система і структура східнослов'янських мов*. 2014. Вип. 7. С. 33-41.

11. Боклаг Н. П. Молодіжний сленг як спосіб самовираження студентів (на матеріалі англійської та української мов) URL:[http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/42996-Molodizhniij\\_sleng\\_jak\\_sposi/1.html](http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/42996-Molodizhniij_sleng_jak_sposi/1.html)
12. Бондалетов В. Д. Социальная лингвистика. М. Просвещение. 1987. 160 с.
13. Бондар О. Японські запозичення в українській мові: правила написання. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. 2012. №18. С. 5–9.
14. Бондаренко К. Л. Лінгвокультурні особливості українського та англійського сленгу: дис. канд. філол. наук: 10.02.17 – порівняльно-історичне та типологічне мовознавство. Донецьк, 2007. 261 с. URL: <https://revolution.allbest.ru/languages/00311485.html>
15. Борисова О. Е. Арго в українській мові: стан і перспективи досліджень. *Вісник Запорізького національного університету*. Запоріжжя, 2012. №1. С. 77–81.
16. Буйлова Н. Н. Классификация лексем аниме-сленга (на основе материалов русскоязычных форумов). *Языкознание*. 2013. №5 (44). С. 79–85.
17. Буйлова Н. Н. Ляшевская О. Н. Так говорят анимешники. Современный русский язык в интернете [под ред. Я. Э. Ахапкина, Е. В. Рахлина]. Москва: Языки славянской культуры. 2014. С. 229–328.
18. Буханцева Ю. В. Трансформация естественного языка как явление субкультуры. *Языкознание*. 2016. №1 (55). Ч.1. С.97–99.
19. Ван Синхуа, Курьянович А. В. Жаргонизмы в речи китайской молодежи: опыт лингвокультурологического описания. *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 2016. №3 (168). С. 9–14.
20. Ван Синхуа. Русские и китайские молодежные жаргонизмы как проявление национальной лингвокультуры и объект научного исследования. *Сибирский филологический журнал*. 2017. №3. С. 248–257.

21. Вахитов С. В. Лекция о русском сленге. Уфа: Изд-во Башкирского гос. пед. ун-та. 2001. 48 с.
22. Вилюман В. Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке. *Вопросы языкознания*. 1960. № 6. С. 137–140.
23. Габдулина А. Х. Японские заимствования в современном информационном пространстве. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2012. №3. С. 259–268.
24. Гальперин И. Р. О термине «сленг». *Вопросы языкознания*. 1956. № 6. С. 107–114.
25. Головин Б. Н. Введение в языкознание. М.: Высшая школа, 1973. 312 с.
26. Горбач О. Арго в Україні. Львів, 2006. 686 с.
27. Городенська К. Г. Соціолінгвістичні аспекти адаптації нових запозичень до граматичної системи української мови. *Соціолінгвістичні студії*. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго. 2010. С. 226–233.
28. Грабовий П. Дослідження українського молодіжного сленгу в аспекті мовної картини світу. *Наукові записки*. Серія: філологічні науки. 2009. Вип. 81 (3). С. 260–263.
29. Грабовий П. М. Зіставлення англійського та українського молодіжного сленгу в лінгвокультурологічному аспекті. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: філологічні науки*. Кам'янець-Подільський, 2011. Вип. 28. С. 99–101.
30. Дзензелівський Й. Український бурсацько-семінарський жаргон середини ХІХ ст. На матеріалах повісті «Люборацькі» А. Свидницького. *Українське і слов'янське*. Збірник праць. Львів: Наукове т-во ім. Т. Г. Шевченка. 1996. С. 353–359.
31. Домашнев А. Проблемы классификации немецких социолектов. *Вопросы языкознания*. М. 2001. №2. С. 127–139.

32. Донцова О. Сленг субкультури аніме: джерела запозичення і зв'язки з іншими молодіжними субкультурами URL: [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11779/Dontsova\\_Slenh\\_subkultury\\_anime.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11779/Dontsova_Slenh_subkultury_anime.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
33. Дорда В. Співвідношення студентського сленгу з загальним та спеціальним сленгом. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs\\_2009\\_81%281%29\\_\\_81](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs_2009_81%281%29__81)
34. Эррера Л. М. Психологические аспекты изучения особенностей молодежных субкультур. *Среднерусский вестник общественных наук*. 2011. №3. С. 64–67.
35. Ерофеева Е. В. Дифференциация и интеграция социолектов: к вопросу о взаимодействии социальных факторов. *Вестник Пермского университета*. 2010. Вып.5(11). С.39-47.
36. Ерофеева Т. И. Социолект как инструмент описания языковой ситуации региона. *Вестник Пермского университета*. 2010. Вып.1(7). С.21–25.
37. Жирмунский В. М. Национальный язык и социальные диалекты. Ленинград: Гослитиздат. 1936. 300 с.
38. Заводна Л. Сучасний погляд на молодіжний сленг. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd\\_2014\\_1\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2014_1_16)
39. Зайцева С. В. Інтернет-сленг в українськомовному медіа просторі. URL: <http://lingvodnu.com.ua/arxiv-nomeriv/lingvistika-lingvokulturologiya-2011/>
40. Кей-поп. URL: <https://www.wikiwand.com/uk/K-pop>
41. Кім Намджун. Промова на 73-ій Генеральній асамблеї ООН. URL: [https://twitter.com/BTS\\_UA/status/1176163193720397825?s=19](https://twitter.com/BTS_UA/status/1176163193720397825?s=19)
42. Костомаров В. Откуда слово стилига? *Вопросы культуры речи*. Москва. 1959. Вып. 2. С. 168–175.
43. Кунафина Г. А. Молодежный сленг как неотъемлемое явление современных субкультур. *Научный альманах*. 2017. №10-3 (36). С. 184–187.



44. Курочкина Е., Мухина Н. Роль языка молодежных субкультур в печатных изданиях молодежной тематики. *Филология и культура. Philology and Culture*. 2016. №3 (45). С. 34-38.
45. Левикова С. И. Молодёжный сленг как своеобразный способ вербализации бытия. М.: Formoza, 2001. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/levikova-04.htm>
46. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Директмедиа Паблишинг. 2008. 5987 с.
47. Локиев А. А. Бессознательное сленга. *Иллюзии целостности человека в психологии: от частного подхода к истинной системности: материалы межвузовской практической конференции*. СПб.: Лема. 2009. С. 214–221.
48. Маковский М. М. Английские социальные диалекты. М.: Высшая школа, 1982. 137 с.
49. Мартос С. А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? *Культура слова*. К., 2003. Вип. 62. С. 39–44.
50. Матвеева Н. П. Лексико-семантичні труднощі писемного тексту та їх лексикографічна інтерпретація: автореф. дис. ... докт. філол. наук: 10.02.15. НАН України, Ін-т укр. мови. К., 1997. 48 с. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=Матвеева%20Н\\$](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=Матвеева%20Н$)
51. Матюшенко Е. Е. Современный молодёжный сленг как атрибут молодежной субкультуры. *Вестник СНО*. Волгоград: Перемена, 2003. № 19. С. 97–102.
52. Науменко Л. М. Молодіжний сленг – реалії сьогодення. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. 2013. Вип. 34. С. 227–230.

53. Мосенкіс Ю. Л., Грабовий П. М., Фурса О. С. Феномен українського молодіжного сленгу (сутність, розвиток, контакти). К., Умань: ПП Жовтий, 2008. 220 с.
54. Пиркало С. Походження сучасного українського молодіжного сленгу. *Українська мова та література*. 1998. № 25. С. 4–5.
55. Погоріла А. І. Особливості функціонування неологізмів у молодіжному мовленні. *Молодий вчений*. 2017. №4–3 (44.3). С. 208–211.
56. Поздняков О. Номінативні процеси в сучасному німецькому молодіжному слензі (системно-квантитативне дослідження словників і періодичних видань): автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04. – Германські мови. Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. О.: 2010. 20 с.
57. Потятиник У. О. Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. – Германські мови. Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2003. 21 с.
58. Римашевський Ю. А. Соціальний компонент у семантиці слова. *Соціолінгвістичні студії*. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго. 2010. С. 240–245.
59. Романова М. С. Специфика функционирования англицизмов в немецком молодежном языке: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Москва. 2001. 180 с.  
URL: <http://www.dslib.net/germanskie-jazyki/specifika-funkcionirovanija-anglicizmov-v-nemeckom-molodezhnom-jazyke.html>
60. Руденко М. Ю. Арго, жаргон і сленг у європейському й американському мовознавстві: історія і сучасний стан дослідження: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15. – Загальне мовознавство. Слов'янськ, 2012. 270 с.  
URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/2048>
61. Селіванова О. О. Проблема форм міксації мов і соціолінгвістиці. *Мова і суспільство*. 2011. Вип. 2. С. 3–10.

62. Семенова Н. В. Фразеология молодежного сленга (на материале немецкого языка): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Германские языки. Владимир. 2006. 194 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/frazeologiya-molodezhnogo-slenga-na-materiale-nemetskogo-yazyka>
63. Семчинський С. В. Взаємодія мов і фактори лінгвістичного розвитку. *Українська мова і література в школі*. 1973. № 7. С. 25–36.
64. Сімонок В. П. Запозичена лексика в українській мовній картині світу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Філологія. 2014. № 8. Том 2. С.250–254.
65. Спирс Р. А. Словарь американского сленга. М.: Русский язык, 1991. 530 с.
66. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. К.: Критика, 2005. 464 с.
67. Судзиловский Г. А. Сленг – что это такое?: Английская просторечная военная лексика. М.: Воениздат, 1973. 182 с.
68. Таран О. Функції сленгізмів у сучасному українському неймінг-просторі. *Українська мова*. 2013. №3. С. 74–84.
69. Титаренко Л. Мовні особливості субкультури кей-поперів. *Пріоритетні напрями європейського наукового простору: пошук студента*. Ізмаїл: РВВ ІДГУ, 2017. Вип. 7. С.198–200.
70. Титаренко Л. Найменування осіб у соціолекті кей-поперів. *Актуальні проблеми сучасної філології*. Матеріали всеукраїнської студентської науково-практичної конференції. Ізмаїл: РВВ ІДГУ, 2019. С.71–76.
71. Титаренко Л. Походження сленгу субкультури аніме. Філологічні науки в умовах сучасних трансформаційних процесів: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Львів. ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2019. С.128–131.
72. Титаренко Л. Специфіка сленгу молодіжних субкультур: типологічний аспект. *Науковий пошук студентів XXI ст.: актуальні питання*

- гуманітарних і соціально-економічних наук*. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції. Ізмаїл: РВВ ІДГУ, 2018. С. 35–38.
73. Титаренко Л. Способи творення сленгізмів соціолекту кей-поперів. *Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії*. Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції. Збірник наукових праць. Переяслав-Хмельницький, 2019. С. 143–144.
74. Ткачівська М. Р. Молодіжний сленг і його класифікації. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. №6. Том 2. С. 114–118.
75. Уздинская Е. В. Семантическое своеобразие современного жаргона. Активные процессы в языке и речи. Саратов: Изд-во Саратов. Ун-та, 1991. 210 с.
76. Українська мова. Енциклопедія [Редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко та ін.]. [3-е вид., випр. і доп.]. К.: Вид-во «Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана», 2007. 684 с.
77. Устинова О. О. Студентський сленг: соціолінгвістичний аспект. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/1344/>
78. Хасьянов В. Б., Зайцев А. С. Субкультура аниме как культурно-информационный феномен (на примере деятельности молодежных объединений Иркутской области). *Научный диалог*. 2014. №11 (35): Психология. Педагогика. С. 75–88.
79. Хомяков В. А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия. Вологда: ВГПИ, 1971. 176 с.
80. Христенко О. С. Німецький молодіжний сленг: лінгвокогнітивний та соціолінгвістичний аспекти: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Германські мови. Київ. 2009. 323 с.
81. Шавловська Т. С. Тематико-ідеографічна характеристика молодіжного лексикону німецької мови. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Вип. 55. С. 280–283.

82. Шапочка К. А. Загальний і спеціальний сленг у системі субстандартної лексики. *Обрії сучасної лінгвістики*. 2013. Вип. 4. С.108–114.
83. Шапочкіна О. Дефініційна характеристика молодіжного сленгу сучасної німецької мови. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2013. Вип. 38. С. 140–141.
84. Швейцер А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 1988. 215с.
85. Шульжук Н. В. Сленг як не літературний пласт сучасної української лексики. *Наукові записки*. Серія «Філологічна». 2011. Вип. 21. С. 102–112.
86. Щепотьєв В. Мова наших школярів. *Етнографічний вісник*. 1927. Кн. 3. С. 76-81. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online\\_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=etnog-visnuk%2F3](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=etnog-visnuk%2F3)
87. Щур І. І. Внутрішня форма одиниць комп'ютерного сленгу. *Актуальні проблеми української стилістики: теорія я практика*. 2003. Вип. 7. С. 135-143.
88. Flexner S. B. Dictionary of American Slang. N.Y. Tomas Y. Crowell Publishers, 1967. 414 p.
89. Last A. Heibe Dosen und Schlammziegen – Ist das Jugendsprache? OBST. Osnabrück. 1989. №41. P. 35–68.
90. Löffler H. Germanistische Soziolinguistik. Berlin.: Schmidt. 1994.
91. Mencken H. L. The American Language. H. L. Mencken. New York: Alfred A. Knopf, 1963. 777 p.
92. Partridge E. Slang Today and Yesterday. 4th ed. London: Routledge & Kegan Paul, 1972. 476 p.
93. Partridge E. Usage and Abusage: A Guide to Good English. London: Penguin Books. 1999. 401 p.

94.Schlobinski P. Alles ist eine Frage des Stils. Zur sprachlichen Kommunikation in Jugendcliquen und –szenen. Muttersprache.1996. №3. S. 211 – 225.

95.국어사전. 서울. 1992. URL:[https://ko.dict.naver.com/small\\_detail.nhn?docid=52](https://ko.dict.naver.com/small_detail.nhn?docid=52)

8000

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

96. Записано зі слів Бобухової Влади, 2006 року народження, школярки (м. Миколаїв).
97. Записано зі слів Войтечко Марти, 2004 року народження, школярки (Львівська область).
98. Записано зі слів Гусак Анастасії, 1996 року народження, вчителя (м. Вінниця).
99. Записано зі слів Зоріної Надії, 1999 року народження, студентки (м. Вишневе, Київська область).
100. Записано зі слів Кравцової Віри, 1997 року народження (Рівненська область)
101. Записано зі слів Миронюк Карини, 1999 року народження, студентки (м. Чернігів).
102. Записано зі слів Перепелиці Ганни, 1998 року народження, студентки (м. Харків).
103. Записано зі слів П'ятахи Ольги, 2002 року народження, школярки (м. Глобине, Полтавська область).
104. Записано зі слів Садилян Діани, 2003 року народження, школярки (м. Ізмаїл, Одеська область).
105. Записано зі слів Саріти, 1997 року народження, вчителя (м. Тернопіль).
106. Записано зі слів Сорокіної Віри, 1993 року народження, менеджера (Донецька область).
107. Записано зі слів Сударської Катерини (або Yu Rokudo), 1995 року народження (м. Дніпро).
108. Записано зі слів Федак Вікторії, 2001 року народження, студентки (м. Виноградів, Закарпатська область).
109. Записано зі слів Фредеріки, 1994 року народження, редактора (м. Житомир).

110. Записано зі слів Ціник Марти, 2003 року народження, школярки (м. Тлумач, Івано-Франківська область).
111. Интересные факты об Азии. URL: <http://doramakun.ru/interesting/asian-facts/1466110681.html>
112. Мой K-POP словарь. URL: <https://www.wattpad.com/457561954-мой-k-поп-словарь-крылатые-фразы>
113. Молодіжний сленг: як навчитися розуміти сучасні вирази? URL: <https://uk.etcetera.media/molodizhniy-sleng-yak-navchitisya-rozumiti-suchasni-virazi.html>
114. Кей-словник. URL: <http://porogy.zp.ua/2018/12/korejska-muzyka-u-topi>
115. Корейский сленг. Приветствия в корейском языке: как лучше сказать. URL: <https://venasera.ru/korean-slang/privetstviya-v-korejskom-yazyke-kak-luchshe-skazat-i-v-chyom-raznica.html>
116. Словарь кей-попера. URL: [https://aminoapps.com/c/k-poprus/page/item/slovar-keipopera/zZ78\\_aLfwIeNdomvRqPaxL8qEVjbpvP86](https://aminoapps.com/c/k-poprus/page/item/slovar-keipopera/zZ78_aLfwIeNdomvRqPaxL8qEVjbpvP86)
117. Словарь молодежного сленга. URL: <http://teenslang.su/index>
118. Словник анімешника. URL: [http://ukrmemoria.com/Словник\\_Анімешника](http://ukrmemoria.com/Словник_Анімешника)
119. Словник української мови: у 11 т. Т.2. (Г–Ж). К.: Наук. думка, 1971. 550 с.
120. Субкультура аніме у молодіжному середовищі: інформаційна довідка із серії «Панорама світу» [уклад. Н. О. Кліменко]. КЗ КОЗ «КОБЮ». Київ. 2017. 36 с.