

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра англійської філології та світової літератури

**СЛЕНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ШВИДКОЇ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ ТА
ЙОГО ВПЛИВ НА СУЧАСНУ АНГЛІЙСЬКУ МОВУ**

Кваліфікаційна робота здобувача
освітнього ступеня магістр
(бакалавр, магістр)

спеціальності 014 Середня

освіта

предметна спеціальність 014.021 Англійська мова і література
(шифр і назва спеціальності (спеціалізації, предметної
спеціальності))

освітньої програми Середня освіта: англійська мова і
література
(назва освітньої програми)

Корнєєва Микити Ігоровича

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої
освіти)

Керівник – канд. філол. наук. доц. Олейнікова Г.О.
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали)

Робота допущена до захисту
на засіданні кафедри

Спеціалізована кафедра
(назва випускової кафедри)

79 світовий
інтерактив

протокол № 5 від «20»

грудня 2022 р. Завідувач

кафедри

[підпис]
(підпис)

Олейникова Т.О.
(прізвище, ініціали)

Робота пройшла
публічний захист на
відкритому засіданні ЕК
«23» січня 2023 р.

Оцінка 90
(за стобальною шкалою)

Відмінно
(за традиційною шкалою)

Голова ЕК

[підпис]
(підпис)

Сиренко П.В.
(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Зміни, що відбуваються в англійській мові, потребують детального вивчення та аналізу, адже вони визначають загальний вектор розвитку мови та розуміння динаміки руху її особливостей. І якщо входження нововведень в літературну норму може сягати десятиліть, сучасні тенденції перш за все осідають у розмовному варіанті англійської – її лексичному складі, граматичних особливостях та фонетичних рисах. Отже, темою цього наукового дослідження є аналіз особливостей розвитку сленгу в англійській мові. Сленг є лексичною категорією, яка притаманна саме розмовному інваріанту англійської мови. Він характеризується неофіційністю, швидкому поповненню свого складу за рахунок нових одиниць, які виникають у різних варіантах спілкування, активному залученню в усіх побутових варіантах спілкування.

Вивчення сленгу допомагає зрозуміти загальні тенденції розвитку лексичної системи мови. Сленг вкорінюється у словниковий склад мови, а сленговані одиниці стають частиною літературної норми з часом, що пояснює актуальність проведення такого дослідження. Походження сленгу в англійській мові пов'язане з Середньовіччям, але достеменно століття зародження сленгу на сьогодні залишається невідомим. Основними причинами появи сленгу були соціально-диференційна та професійно-ідентифікативна.

Резюмуючи різні погляди дослідників на функції сленгу, їх було узагальнено до наступних: функція ідентифікації, комунікативна функція, емоційно-експресивна функція, оціночна функція, маніпулятивна функція, творча функція. При цьому, встановлений недолік розкриття функціонування сленгу в інтернет-дискурсі, що потребує подальших лінгвістичних досліджень з боку науковців.

В результаті дослідження специфіки комунікації в інтернет-дискурсі на лексичному рівні виявлено, що в середовищі інтернет-користувачів, так само

як і в рамках будь-якої іншої соціальної групи, згодом формується характерний сленг, що виконує функцію ідентифікації. Як засоби виразності в інтернет-дискурсі, зокрема, у формації твіттер-комунікації, широко використовуються такі лексичні засоби, як неологізми та сленгові одиниці. Лексичні властивості інтернет-дискурсу мають максимально яскраву індивідуальність, яка виражається як у наборі лексичних одиниць, так і в їх кореляції та функціонуванні. У мові відзначається формування особливої лексичної підсистеми із власними мовними особливостями та специфічними соціокультурними характеристиками.

Виходячи з зазначеного, найбільш поширеною формою словотворення є неологізми (26%). Причиною поширення явища неології саме серед інтернет-комунікації може бути намагання користувачів творчо назвати поняття та явища, які виникають. Особливо це стосується соціально-психологічних, емоційних та суспільних процесів, як видно з прикладів.

Другою за кількістю прикладів є група словоскладання (17%), і причиною її частотного переважання ми бачимо власне склад англійської мови, яка належить до групи германських мов, а, отже, схильна до словотворення шляхом поєднання основ іменників. Такий процес дозволяє як створювати нові номінації, так і поєднувати значення слів, з основ яких утворюється нове, сленговане.

Третя за кількістю випадків є група усічень – 15%. Це не викликає здивування, адже сам процес інтернет-комунікації потребує стислості як у просторі, так і у часі від користувачів. Пропуск закінчень чи спеціальне відкидання частини слова влучно реалізують таку мету у процесі комунікації онлайн, а, отже, є продуктивною моделю для появи сленгу.

В однаковій кількості випадків представлені аббревіація, афіксація та еративи – 14%. Причиною таких показників можуть бути більш складна природа кожного із процесів, що не дозволяє кожному користувачеві утворювати нові слова таким способом словотворення.

ANNOTATION

The changes taking place in the English language require detailed study and analysis, because they determine the general vector of language development and understanding of the dynamics of movement and features. And if the introduction of innovations into the literary norm can go back decades, modern trends are first of all settled in the colloquial version of English - its lexical composition, grammatical features and phonetic features. So, the topic of this scientific study is the analysis of the peculiarities of the development of slang in the English language. Slang is a lexical category that is specific to the colloquial invariant of the English language. It is characterized by informality, rapid replenishment of its composition due to new units that arise in various communication options, active involvement in all everyday communication options.

The study of slang helps to understand the general trends in the development of the lexical system of the language. Slang is rooted in the vocabulary of the language, and slanged units become part of the literary norm over time, which explains the relevance of conducting such a study. The origin of slang in the English language is associated with the Middle Ages, but the exact century of its origin remains unknown today. The main reasons for the appearance of slang were social-differential and professional-identifying.

Summarizing the different views of researchers on the functions of slang, they were summarized into the following: identification function, communicative function, emotional and expressive function, evaluative function, manipulative function, creative function. At the same time, the lack of revealing the functioning of slang in Internet discourse has been established, which requires further linguistic research by scientists.

As a result of the study of the specifics of communication in the Internet discourse at the lexical level, it was found that in the environment of Internet users, as well as in the framework of any other social group, a characteristic slang that performs the function of identification is subsequently formed. As means of

expression in Internet discourse, in particular, in the form of Twitter communication, such lexical means as neologisms and slang units are widely used.

The lexical properties of Internet discourse have the most vivid individuality, which is expressed both in the set of lexical units and in their correlation and functioning. The formation of a special lexical subsystem with its own linguistic features and specific sociocultural characteristics is noted in the language.

Based on the above, neologisms are the most common form of word formation (26%). The reason for the spread of the phenomenon of neology among Internet communication may be the attempt of users to creatively name the concepts and phenomena that arise. This especially applies to socio-psychological, emotional and social processes, as can be seen from the examples.

The second largest number of examples is the group of word formation (17%), and the reason for its frequency predominance is the composition of the English language itself, which belongs to the group of Germanic languages, and, therefore, is prone to word formation by combining the bases of nouns. Such a process allows both to create new nominations and to combine the meanings of words, from the basis of which a new, slang word is formed.

The third largest number of cases is the group of truncations - 15%. This is not surprising, because the process of Internet communication itself requires brevity both in space and time from users. The omission of endings or the special rejection of a part of a word aptly realizes such a goal in the process of online communication, and, therefore, is a productive model for the emergence of slang. Abbreviation, affixation and eratives are represented in the same number of cases - 14%. The reason for such indicators may be the more complex nature of each of the processes, which does not allow every user to form new words in this way of word formation.

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ "СЛЕНГ" У ЛІНГВІСТИЦІ	13
1.1 Походження сленгу в англійській мові	13
1.2 Підходи щодо визначення поняття «сленг» у лінгвістиці.....	16
1.3 Функції та структурно-семантичні особливості сленгу	21
Висновки до Розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2: ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ.....	25
2.1 Розуміння інтернет-дискурсу у сучасній лінгвістиці.....	25
2.2 Аналіз структурних особливостей сленгу англійської мови.....	29
2.3 Аналіз словотворення сленгу в англомовному Інтернет-спілкуванні	38
Висновки до Розділу 2	43
РОЗДІЛ 3: МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ СЛЕНГУ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У СТАРШІЙ ШКОЛІ.....	44
3.1 Молодіжний сленг як мотивація до вивчення англійської мови у загальноосвітній школі.....	44
3.2 Особливості організації роботи учнів старших класів над вивченням лексичного матеріалу	49
3.3 План-конспект уроку англійської мови в 11 класі з вивчення сленгових виразів.....	53
Висновки до Розділу 3	58
ВИСНОВКИ.....	59

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	62
ДОДАТОК А: ПЕРЕЛІК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	67
ДОДАТОК Б: ТЕКСТ ДЛЯ УРОКУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	79

ВСТУП

Зміни, що відбуваються в англійській мові, потребують детального вивчення та аналізу, адже вони визначають загальний вектор розвитку мови та розуміння динаміки руху її особливостей. І якщо входження нововведень в літературну норму може сягати десятиліть, сучасні тенденції перш за все осідають у розмовному варіанті англійської – її лексичному складі, граматичних особливостях та фонетичних рисах.

Сленг є тією лексичною категорією, яка притаманна саме розмовному інваріанту англійської мови. Він характеризується неофіційністю, швидкому поповненню свого складу за рахунок нових одиниць, які виникають у різних варіантах спілкування, активному залученню в усіх побутових варіантах спілкування.

Вивчення сленгу допомагає зрозуміти загальні тенденції розвитку лексичної системи мови, адже будучи новим, сленг вкорінюється у словниковий склад мови, а сленговані одиниці стають частиною літературної норми з часом, що пояснює актуальність проведення такого дослідження.

Темою даного наукового дослідження є аналіз особливостей розвитку сленгу в англійській мові.

Об'єктом дослідження є лексико-стилістичний склад сучасної англійської мови.

Предметом дослідження виступає сленг як елемент лексичного складу сучасної англійської мови.

Метою пропонованої роботи є комплексний аналіз особливостей та презентації сленгу у лексичному складі сучасної англійської мови на прикладі інтернет-дискурсу.

При цьому в роботі акцентується увага на послідовному вирішенні наступних завдань:

- 1) дослідити походження сленгу в англійській мові;

- 2) проаналізувати підходи щодо визначення поняття «сленг» у лінгвістиці;
- 3) встановити функції та структурні особливості сленгу;
- 4) проаналізувати розуміння інтернет-дискурсу у сучасній лінгвістиці;
- 5) дослідити структурні особливості сленгу англійської мови;
- 6) встановити особливості реалізації сленгу в англomовному Інтернет-спілкуванні;
- 7) дослідити особливості організації роботи учнів старших класів над вивченням лексичного матеріалу;
- 8) розробити та запропонувати план-конспект уроку англійської мови в 11 класі з вивчення сленгових виразів.

Для досягнення мети дослідження і вирішення означених завдань були використані наступні методи:

1) *описовий метод*, який використовується протягом усього дослідження під час роботи з науковими дослідженнями, присвяченими вивченню сленгу в лінгвістиці;

2) *метод наукової класифікації*, який використано у першому розділі дослідження під час визначення поняття «сленг» та встановлення його особливостей;

3) *метод структурного аналізу*, використання якого необхідне у другому розділі для аналізу особливостей сленгу в англійській мові;

4) *метод дискурс-аналізу*, адже дослідження проводиться на матеріалі Інтернет-дискурсу;

5) *метод функціонального аналізу*, який дозволяє говорити про реалізацію сленгу у Інтернет-спілкуванні;

6) *метод моделювання*, на базі якого створюються та пропонуються план-конспект уроку англійської мови в 11 класі з вивчення сленгованих виразів у третьому розділі дослідження.

Наукова новизна роботи полягає у поданні комплексного дослідження

сленгу як лексичної категорії сучасної англійської мови з притаманними їй особливостями, а також методологічними розробками вивчення такої категорії у реаліях сучасної української школи.

Джерельну базу дослідження складають праці таких вчених, як Аксютіна О. В., Верба Л. Г., Горошко О. І., Дзюбіна О. І., Зацний Ю. А., Федоренко О. О. та інших. Методологічний розділ написано з урахуванням позицій таких дидактиків, як Банкевич Л.В., Беляєв Б.В., Бурлаков М.А., Бухбіндер В.А., Гез Н.І., Калініна С.В. та інших. Власне лінгвістичне дослідження проводилося на базі спілкування англомовних користувачів соціальної мережі «Twitter» у 2022 році.

Практичну значущість дослідження обумовлює можливість використання отриманих результатів під час підготовки студентів до семінарських або практичних занять з англійської мови, при написанні курсових робіт. Методичні рекомендації, розроблені та представлені у третьому розділі дослідження, можуть використовуватися вчителями, які організовують власну діяльність відповідно до стандартів Нової української школи.

Достовірність результатів дослідження забезпечується обсягом аналізованого матеріалу, методологією і загально-теоретичною базою дослідження, залученням праць авторитетних зарубіжних і вітчизняних фахівців з педагогіки та психології, що складають практичну базу магістерської роботи.

Результати апробації. Наукові знання магістерської роботи доповідалися на наукових конференціях.

Структура дослідження. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Список використаної літератури охоплює 50 джерел теоретичної та довідкової літератури. Загальний обсяг роботи становить 97 сторінок.

У вступі визначаються тема і завдання дослідження, зазначається його об'єкт, предмет, задачі, методи та теоретична база.

У першому, теоретичному розділі, розглядається проблема походження сленгу в англійській мові, досліджуються підходи щодо визначення поняття «сленг» у лінгвістиці, визначаються функції та структурно-семантичні особливості сленгу.

У другому розділі досліджуються проблеми розуміння інтернет-дискурсу у сучасних лінгвістичних дослідженнях, проводиться аналіз структурних особливостей сленгу англійської мови, аналізуються особливості реалізації сленгу в англomовному Інтернет-спілкуванні.

У третьому розділі досліджуються категорія сленгу у Державному стандарті англійської мови, аналізуються особливості організації роботи учнів старших класів із вивчення лексики, пропонується розроблений план-конспект уроку англійської мови в 11 класі з вивчення сленгованих виразів.

Висновки магістерської роботи відображають результати проведеного дослідження.

РОЗДІЛ 1: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ "СЛЕНГ" У ЛІНГВІСТИЦІ

1.1. Походження сленгу в англійській мові

Сленг – складне та неминуче мовне явище. Його виникнення завжди обумовлено історичними, соціальними та культурними тенденціями життя тієї чи іншої мовної спільноти. Сленг цікавий як з погляду лінгвістичної теорії, так і з позиції теорії перекладу. Слово «сленг» визначається як мова, яка належить якійсь групі, така як кодова мова, яка використовується між злодіями, або жаргон, що використовується в конкретній професії [3, с. 22].

Сленг був головною причиною розвитку мови в спробі уповільнити швидкість зміни як розмовної, так і письмової мови. Латинська та французька були єдиними двома мовами, які підтримували використання прописної мови у 14 столітті. Тільки на початку 15-го століття вчені почали використовувати стандартну англійську мову. У середні віки деякі письменники, такі як Дж. Чосер, Вільям Кекстон та Вільям Малмсбері, представляли регіональні відмінності у вимовах та діалектах. Різні діалекти та різні вимови представляли перше значення терміну «сленг». Однак, сучасне значення сленгу не почало формуватися до 16 чи 17 століття. Майже всі жаргонні слова в цей час були анатомічними та добре відомими по всій Британії та Америці завдяки британським колоністам.

Сучасне значення терміну «сленг» з'явилося не раніше 16-17 століть. Наприкінці 16 століття виник Англійський Кримінальний Жаргон. Це був новий вид мови, що використовується злочинцями та шахраями у питних закладах та гральних будинках. Спочатку Англійський Кримінальний Жаргон вважався закордонним, багато вчених вважали, що він або зародився в Румунії, або мав якесь відношення до французької мови. Кримінальний жаргон розвивався дуже повільно. Фактично з 4 мільйонів людей, які

розмовляли англійською, лише 10 тисяч використовували кримінальний жаргон.

У 18 столітті вчителі переконували своїх учнів у тому, що англійський кримінальний жаргон є неправильним з погляду англійської мови. Він став вважатися табу.

До 1700 р. культурні відмінності в Англії почали впливати на англословне населення, і сленг почав поширюватися. Майже всі сленгові слова та висловлювання цього періоду були пов'язані з анатомією людини. Крім того, у 18 столітті відбулися деякі важливі події, що вплинули на розвиток сленгу; серед них – експансія заходу, громадянська війна та рух аболіціоністів. Тоді такі вчені, як Уолт Вітман, У.Д. Уїтні, Брендон Метьюс стверджували, що сленг, це все нове, що є у мові. Уолт Вітман був переконаний у тому, що сленг – це життя мови. Він писав, що «slang was a wholesome ... of common humanity to escape the form bald literalism, and express itself illimitably» [14, с. 28].

Це стало поворотним моментом сленгу. Тепер він перестав асоціюватися лише зі злочинцями та іноземцями. Але тільки до початку 1920-х сленг почав користуватися популярністю у письменників. У період після Першої світової війни ставлення суспільства до сленгу почало змінюватися. З'явився попит на розваги, мас-медіа та претензійну літературу.

Сучасний сленг постійно розвивається під впливом різних культур та нових технологій, створюючи різні варіанти сленгу від екстремального сленгу наркоманів до сленгу афро-американців.

Величезна кількість слів зародилася саме як сленг. Наприклад, колись прикметник *nice* був сленгом, а сьогодні воно зрозуміло абсолютно кожному – *a nice day, a nice time, a nice hotel*.

Прикметник *awful* йде тим же шляхом. «*Awful sweet*» або «*awfully dear*» все ще звучать як сленг, проте такі вирази, як «*awful children*» або «*awful job*» давно не є сленгом.

Переміщення слів із сленгу в літературну мову – явище досить часте. Хтось винаходить новий, захоплюючий стежок, а хтось бере старий вираз і робить його яскравим і кричущим. Як приклад можна навести деякі фрази Рузвельта: *muck-raker*, *Ananias Club*, *short and ugly word*, *nature-faker* і *big-stick*. Жодна з цих фраз не була новою, але особливий талант Рузвельта зробив кожен з них гострою та іронічною, дозволивши їм стати частиною сленгу.

США є країною, яка продукує найбільшу кількість сленгових виразів. Вираз «*Not for Joe*» з'явився за часів громадянської війни, коли один із солдатів відмовився дати іншому попити. «*Not if I know myself*» – родом з Чикаго.

«*What's the matter with-? He's all right*» також з'явилося в Чикаго і спочатку звучало як «*What's the matter with Hannah?*» ставлячись до лінивої служниці. «*There's millions in it*» і «*By a large majority*» з'явилися в «Позолоченому Віці» Марка Твена. «*jim-jams*» – «мандраж», «*that's what's the matter*» – ось у чому загвоздка, «*champion liar*» – великий ошуканець, «*dry up*» – засохни, «*the man around the corner*» – перехожий, «*old hoss*» – стара кобила, «*put up or shut up*» – змирись або заткнися, «*smart Aleck*» – нахабник, «*top heavy*» – громіздкий, «*a little too fresh*» – занадто свіжий, «*hold your horses*» – притримай коней (вузду) та багато інших виразів, які використовуються сьогодні родом з Америки [20, с. 4].

Сленг – це і вживання стандартної лексики у переносному (метафоричному) значенні. Каліфорнія є найродючішим місцем для зародження метафоричної мови. Цей штат став батьківщиною для: «*go off and die*» – провалюй і здохни, «*rough deal*» – погана справа, «*it won't wash*» – так не піде, «*go bury yourself*» – провалюй і здохни, «*go drown yourself*» – піди утопись, «*give your tongue a vacation*» – прикуси мову, «*a bad egg*» – недолугий, «*peter out*» – заглухнути, «*slug of whiskey*» – порція віскі, «*hard pan*» – третій калач, «*small potatoes*» – дрібниці, «*all fired*» – всі вільні, «*an up-hill job*» – важка робота, «*short cut*» – короткий шлях. Вирази «*bark up the*

wrong tree» – напасти на хибний слід, «dead shot» – контрольний постріл – походять з Південних штатів. «Dog gone it» – він чортівський, «that beats the Dutch» – що погано для голландців – прийшли з Нью-Йорка.

Газети мають величезний вплив на появу сленгу. Репортери, письменники, редактори – саме ці люди створюють сленг. Нью Йорк – «штаб-квартира» сленгу. Усі порушення та спотворення мови відбуваються саме тут на П'ятій Авеню, де норми Англійської мови жорстко порушуються.

Багато подій, що відбуваються в сучасному світі, є причиною появи нових сленгізмів. Через деякий час ці слова входять до загального вжитку в повсякденному мовленні, ті, хто їх використовує, забувають про те, що колись вони були сленгом. Наприклад, за Земельної Ліги в Ірландії з'явилося слово boycott, яке було ім'ям дуже непопулярного землевласника – Captain Boycott. Люди відмовилися працювати на нього і його врожай згнив. З цього часу будь-кому, хто потрапляв у немилість і кому відмовлялися допомагати сусіди, оголошувався бойкот. Колись це слово було сленгом, але у сучасних словниках воно є нормою. Політики також поповнюють склад сленгу. Завдяки їм з'явилися вирази «dark horse» – темна конячка, «buncombe» – балаканина, «dark horse» (usually «dark horse candidate» – «barrel of money» – бочка грошей, «gerrymander» – фальсифікатор, «scalawag» – прохвіст, «machine» – робот», та інші.

Отже, історія сленгу починається з середніх віків та охоплює проміжок часу до сьогодні. Вчені осмислювали сленг у своїх роботах, проводячи дослідження по збору таких лексичних одиниць. Разом з тим, мова активно розвивається, що дає можливість поповнювати її склад і за рахунок сленгу під час усього процесу створення, що актуалізує проведення лінгвістичних досліджень сленгу у сьогоденні.

1.2 Підходи щодо визначення поняття «сленг» у лінгвістиці

Зважаючи на те, що термін «сленг» відображає динаміку мови, він не завжди незрозумілий і є двозначним. Незважаючи на те, що сленг в даний час практично широко поширений, та його можна дуже легко знайти у всіх видах сучасних літературних творів, проте єдиного механізму його ідентифікації не існує. На думку Дж. Лайтера та Б. Дюма, сленг може легко розпізнати кожен, проте його визначити дуже важко [25, с. 220].

Навряд чи знайдеться інший термін, так само двозначний і незрозумілий, як і сленг. Сленг в даний час є предметом суперечок, і з цієї причини дебати про його визначення, класифікацію та лінгвістичну релевантність все ще продовжуються.

За твердженням більшості лінгвістів та лексикографів походження слова «сленг» досить туманне. За версією відомого лексикографа В.Скіта слово сленг («вульгарна мова») має скандинавське походження і є похідним від ісландського слова *slyngva* («слінгва»), порівнянного з норвезьким дієсловом *slengja* («слінгувати щелепу») і норвезьким іменником *slengja*, що використовується в образливих словах. Аналогічно Е.Партридж, згадувана у роботі К.Ебл «Сленг і товарицькість; внутрішньогрупова мова серед студентів коледжу», стверджує, що англійське *slang* і скандинавське *sling* певною мірою подібні і мають загальний німецький корінь [28, с. 139].

Водночас шведський автор Анна-Бріта Стенстрем у своїй статті «Від сленгу до сленгу: опис, заснований на підлітковій розмові» стверджує, що шведське слово «сленг» походить від англійського слова «*slang*», і що його походження невідоме. У підтвердженні своєї версії вказаний автор наводить аналогічну думку шведської національної енциклопедії «*Nationalencyclopædin*», яка стверджує, що слово «сленг» з'явилося в скандинавських країнах, починаючи з середини 19 століття і датується 1756 роком. Таким чином, слово «сленг» з'явилося в Англії набагато раніше, ніж у скандинавських країнах [28, с. 139].

Згідно з черговою версією слово «сленг» є зовсім не англійським словом, а циганським терміном, пов'язаним із секретною мовою циган. Деякі автори вважають, що це слово походить від французької.

На думку письменника Дж.Свіфта феномен сленгу так само древній як і саме походження цього слова. Староанглійський сленг був грубішим і залежав більшою мірою від прихованої вульгарності на відміну від сучасного сленгу. У ті часи сленг іменувався «флеш» («flash»), яким був як кант, так і сленг. У існування терміна «сленг» було вперше визнано Ф.Грос у 1785 році, який визначив його як «мову канта або вульгарну мову» [34, с. 41].

Італійський автор Винона Буллард пише, що в інтерпретації середньовіччя значення терміна «сленг» належало до різних діалектів і говорів. Слово сленг запроваджено письменниками тих часів, такими як Джефрі Чосер, Вільям Кекстон, Вільям Малмесбері. Сучасне значення сленгу почало формуватися лише у XVI чи XVII столітті. Відповідно до загальноприйнятої думки первинною формою сленгу є англійський кримінальний кант, який як новий вид мови використовувався злочинцями в салонах та гральних будинках. Спочатку вважалося, що англійський кримінальний кант походив із Румунії чи Франції. Даний автор також стверджує, що деякі популярні п'єси Річарда Брома (1635), вірші та пісні Копланда (1925) містили деякі сленгові слова. До 1700-х років вульгарні слова іммігрантів Америки поступово почали входити в звичайну мову англomовного населення, що сприяло розширенню сфери використання сленгу. Протягом 18 століття в Америці сленг вважався нестандартним вживанням англійської мови та був офіційно заборонений [39, с. 229].

Ерік Партрідж у роботі «Сленг сьогодні і вчора» зазначає, що приблизно з 1850-х років сленг є загальноприйнятим терміном для «нецензурної» розмовної мови.

Джон Дж.Айто у вступі до Оксфордського словника сучасного сленгу пише, що вперше термін «сленг» у середині вісімнадцятого століття використовувався групами низького стану та кримінальними особами. У

середні віки сленг називали злодійським кантом або вульгарною мовою більш ранніх віків [43, с. 79].

В даний час сленг не асоціюється зі злочинним світом, а набуває своєї нової форми і збагачується під впливом різних культур і технологічних нововведень, що зумовило появу найрізноманітніших варіацій сленгу від вуличного до афро-американського.

Крім того, сленг має тенденцію зароджуватися у субкультурах суспільства. Сленгові висловлювання часто уособлюють погляди та моральні цінності членів соціальних груп, що сприяє формуванню почуття приналежності кожної особи до групи, а також вказує на соціальне походження промовця.

Як підкреслює І.Р.Гальперін у книзі «Стилістика»: жодна інша європейська мова не виділила особливого шару словникового запасу і не назвала його сленгом, хоча всі вони розрізняють такі групи слів, як жаргон, кант тощо, тобто, було зроблено багато спроб визначити сленг, проте багато хто не зміг придумати чіткого визначення. Крім зазначеної складності, пов'язаної з пошуком точнішого визначення цього терміна, до жаргону відноситься і ставлення до нього як громадськості, так і вчених. Ставлення до слова «сленг» широкої публіки, зокрема вчених та лінгвістів досить різноманітне. В одних випадках реакція на це слово антагоністична і дисонує, маючи на увазі під поняттям сленг просто «погану» англійську мову; в інших випадках автори вітають сленг як творче мовне розмаїття гідного академічного дослідження [45, с. 81].

Еліза Маттієлло, досліджуючи визначення, представлені різними вченими, робить висновок, що підходи до визначення сленгу різні: в більшості випадків при визначенні даного терміна переважає тенденція до соціологічного погляду на дане явище. Так послідовники цього підходу вважають сленг соціальним засобом ідентифікації та згуртованості групи. Розвиваючи цю тезу Е.Маттієлло вважає, що в рамках соціологічного

підходу сленгу властиві дві протилежні мети, тобто, утримання інсайдерів разом і разом з тим тримати аутсайдерів на дистанції [50, с. 248].

Далі К.К.Ебл акцентує соціальні та міжособистісні аспекти сленгу, а також вказує на його функцію встановлення та зміцнення соціальної ідентичності чи згуртованості всередині групи, або з тенденцією чи модою у суспільстві загалом. Очевидно використання одного й того ж сленгового глосарія сприяє меті домогтися визнання групи і зберегти групову солідарність. Сленг у соціологічному підході служить таким соціальним цілям, як збереження єдиного рівня мови з аудиторією, сприяння соціальному спілкуванню та стимулювання дружелюбності чи близькості [50, с. 250].

Інші автори надають більшого значення до стилістичного підходу у визначенні сленгу, тобто, визначають його як рівень використання. Е.Партридж нейтрально і досить розпливчасто визначає сленг як «квінтесенцію розмовної мови», тоді як С.Б.Флекснер вважає, що сленг не приймається більшістю як хороше, формальне використання. Отже зазначені автори протиставляють жаргон формальній мові, тобто, він нижче стандартного дискурсу та нейтрального стилістичного рівня, він типовий для неформальної мови [47, с. 107]. Крім того, сленг протиставляється й іншим нестандартним різновидам мови, в даному випадку вона не є ні діалектом, ні регістром, і не може бути віднесена до понять канта, аргю або жаргону. Сленг швидко змінюється, тому його можна розглядати як недовговічний ефемерний лексикон, який може швидко застаріти або може бути прийнятий у стандартній мові.

Таким чином, сленг, будучи невід'ємною частиною мови та розвиваючись разом з ним, характеризується певним набором виразів та слів, що вживаються у різних соціальних групах. Сленг відрізняється від літературної, загальноприйнятої мови та використовується як атрибут неофіційного спілкування в сучасному світі.

1.3. Функції та структурно-семантичні особливості сленгу

У сучасній мові сленг виконує наступні функції:

- функція ідентифікації. Люди, які використовують сленг, як правило, відносять себе до тієї чи іншої спільності, до певної групи. Використання сленгу, властивого саме цій спільності, дозволяє людям ідентифікувати себе з нею, почуватися більш захищеними та згуртованими;
- комунікативна функція, оскільки сленг є мовою внутрішньогрупового спілкування;
- емоційно-експресивна функція, оскільки сленг допомагає висловити емоції та почуття;
- оціночна функція, тому що сленг допомагає висловити ставлення того, хто говорить до людини чи предмета, а також свою точку зору на певні події;
- маніпулятивна функція. Сленг допомагає впливати на співрозмовника.
- творча функція. Сленг допомагає висловлюватись словами, у яких в літературній мові немає еквівалента [44, с. 15].

З визначеного дослідниками переліку стає зрозумілим, що сленг як категорія лексичних одиниць виконує різнобічні функції та може використовуватися у різних комунікативних ситуаціях з різною метою.

Поняття сленгу дедалі більше починає завойовувати увагу сучасної філології. Сленг різноманітний у способах його утворення та вживання, у людських взаєминах він грає велику роль. Деякі вживають його, щоб зробити мову більш зрозумілою для однолітків і, таким чином, долають нестачу словникового запасу. Інші вважають вживання сленгу модним чи необхідним для зв'язування слів. Сленг знаходиться у тісному взаємозв'язку з

літературною мовою – це невід’ємна частина мови сучасної молоді, завдання якої полягає у правильному їх вживанні та усвідомленні ролі для більш яскравого та сильного відображення її внутрішніх устремлінь та переконань.

Сленг допомагає офіційній, загальноприйнятій мові і, на думку лексикографів, до кінця зрозумілий тільки представникам вузького кола осіб, які належать до тієї чи іншої суспільної або професійної групи, яка впровадила в ужиток дане слово або вираз.

Необхідно розпізнавати англійський та американський сленг. Окремі слова та фрази в Англії позначають одне, а в Америці зовсім протилежне. Є багато смішних історій про те, як люди потрапляють в халепу, не використовуючи вірно терміни.

Англійці напрочуд дуже ввічливі люди, і як правило, якщо вони і вживають сленг, то за змістом можна здогадатися, про що вони говорять. Чи то справа веселі американці, у них навіть слово *sorry* не завжди означає вибачення. Якщо англієць постійно виправдовуватиметься перед вами за кожну дрібницю, то не варто чекати аналогічного від американця. Вони порівняно простий народ у спілкуванні і не звикли манерувати, отже якщо раптово почувєте, що вам говорять *sorry*, то не варто заздалегідь радіти: цілком можливо, ви щось порушили, і перед вами поліцейський.

Виходячи з вищесказаного, наведемо в приклад кілька слів:

- *Football* – це футбол в Англії, в Америці, необхідно запам’ятати, що це -американський футбол, простий вони називають словом *soccer*
- *Grass* – в Америці існує одне значення, яке позначає траву на газонах. В Англії, окрім трави, так називають засекреченого співробітника, по-нашому, стукача.
- *Table* – найбільш кричущий приклад того, як одне слово може мати протилежний сенс у подібних мовах. Тож якщо англійською

мовою to table something – це обговорювати щось, то американському – це, навпаки, перенести обговорення, відкласти.

Більшість слів сленгу з'являються шляхом стиснення слів, словоскладанню. Отже, проаналізуємо лише окремі особливості словотвору, які ефектно відбивають загальні тенденції в англійському сленгу.

1. Протилежне словотворення: to crack wise – «wisecrack»;
2. Запозичення з інших мов: «swami guy» – божественна людина (від «swami» – індуїстський божок);
3. Афіксація (від латів. «affixus» – прикріплений) – це спосіб створення слів за допомогою афіксів, тобто, долучення афіксів до кореня або основи слова. Для цього необхідно навести приклад: «smiley» – знак-символ, «hacker» – програміст-фанатик, «kludgy» – зроблений поспіхом, «crosky» – ніжний, той, що боїться змін.
4. Аббревіатури: «pen» – penetriary, «prowlie» – prowll car, «nix» – по, «dick» – відповідь, «competish» – competition, «rep» – reputation, «pixels» = «rix» – photos, 24/7 – 24 години на добу 7 днів на тиждень;
5. Метафоризація виявляється одним із найплідніших способів поповнення лексичного словотвору. Присутність у сучасній мові метафор пояснюється прагненням експресивності і прагненням до певних образів: «hold on to your socks» – отже тримайтеся; «stay kind» («be healthy») – будьте здорові; «to peak career-wise» – зайнятися кар'єрою; «to shake a bit» – потанцювати; «to bust out some moves» – показати клас у танці;
6. Більшою мірою численним класом стало переосмислення лексико-семантичних одиниць. На думку багатьох вчених, переосмислення слів у зв'язку з їх переносним використанням, розширенням та зменшенням значення виступає в основному у створенні нових одиниць сленгу:

- to hang out (around) – тусуватися, блукати
- cool – кльовий
- K (a sort of beer) hold on to your socks – так що тримається

- uni (Universal Pictures) – компанія Юні-версал
- to hmmm (to think) – думати Loads
- of stuff! – І стільки всього!
- stay kind (be healthy) – будьте здорові
- to peak career-wise – зайнятися кар’єрою
- a feel-good (song) – дуже позитивна.

Отже, для цього необхідно навчитися говорити на молодіжному сленгу, треба вивчити найбільш повсякденні слова та формулювання, зі словника сленгу чи жаргону, почути їхню вимову наживо. Здавалося б, жаргон, але для того, щоб його кваліфікувати, було задіяно багато вчених.

Незважаючи на це для того, щоб знати та застосовувати терміни сучасного сленгу, необхідно бути обізнаною людиною. Також якщо спочатку вивчити англійський сленг, а тільки після цього граматику, це буде виглядати безглуздо і смішно. Навряд чи ви викликаєте повагу навіть у молодіжному середовищі. Для них це вже сформований стиль їхнього життя.

Висновки до Розділу 1.

Аналізуючи науково-теоретичну літературу, можна резюмувати, що сленг, будучи невід’ємною частиною мови та розвиваючись разом з ним, характеризується певним набором виразів та слів, що вживаються у різних соціальних групах. Сленг відрізняється від літературної, загальноприйнятої мови та використовується як атрибут неофіційного спілкування в сучасному світі.

Походження сленгу в англійській мові пов’язане з Середньовіччям, але достеменне століття зародження сленгу на сьогодні залишається невідомим. Основними причинами появи сленгу були соціально-диференційна та професійно-ідентифікативна.

Резюмуючи різні погляди дослідників на функції сленгу, їх було узагальнено до наступних: функція ідентифікації, комунікативна функція, емоційно-експресивна функція, оціночна функція, маніпулятивна функція, творча функція.

При цьому, встановлений недолік розкриття функціонування сленгу в інтернет-дискурсі, що потребує подальших лінгвістичних досліджень з боку науковців.

РОЗДІЛ 2: ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

2.1 Розуміння інтернет-дискурсу у сучасній лінгвістиці

Виникнення та стрімкий розвиток інформаційних технологій та інтернету призвели до змін у мовному середовищі. Інтернет став як джерелом інформації, так і домінуючим засобом комунікації, тісно пов'язаним із усіма сферами життя людей. Електронна революція спричинила революцію мовну, яка, своєю чергою призвела до появи нової мережевої, електронної мови. Сучасна лінгвістика вивчає комунікацію в інтернеті та особливості мовного спілкування у комп'ютерній мережі. Інноваційна галузь дослідження зумовлює появу нового терміна – Інтернет-дискурс, який, однак, поки що не має однозначного трактування. Для розуміння терміну Інтернет-дискурс необхідно звернутися до двох ключових понять, з яких цей термін складається – дискурс та Інтернет.

Поняття дискурс не є новим у науці, проте привертає увагу різних дослідників, завдяки чому в сучасній науковій парадигмі виникають нові його інтерпретації. Термін дискурс, як відомо, застосовується в різних наукових галузях, що тією чи іншою мірою мають антропологічну

спрямованість (філософія, соціологія, психологія, лінгвістика). Вважається, що саме популярність терміна сприяє тому, що досі немає єдиної дефініції, яка б повною мірою відображала специфіку поняття в різних дискурсивних дослідженнях. Тим не менш, незважаючи на все різноманіття визначень, в них явно простежується прихильність терміна до його первісного значення, що відбилося в його перекладі – «Розмова, мова». У лінгвістиці більшість дослідників під дискурсом розуміють «текст, занурений у ситуацію спілкування». Серед безлічі дефініцій терміну можна виділити кілька найвідоміших і найчастіше цитованих.

Відповідно до Т. А. ван Дейка, дискурс – це складна єдність мовної форми, значення та дії, яка відповідає поняттю «комунікативна подія». Одним із найпопулярніших висловлювань про дискурс є образне визначення Н.Д. Арутюнової: «Дискурс – це мова, занурена в життя». На думку Дж. П. Джі (James Paul Gee) дискурс – це результат інтеграції мови, дій, взаємодій, способів мислення, віри, оцінки, необхідні реалізації певного виду соціально відомої ідентичності [46, с. 55]. На наш погляд найбільш чітке і ємне визначення дискурсу, яке відбиває сучасне розуміння терміна в лінгвістиці: «Дискурс є вербалізована мовленнєва діяльність, що розуміється як сукупність процесу і результату і володіє як власне лінгвістичним, так і екстралінгвістичним планами».

У різних дослідженнях дискурс представлений в опозиціях дискурс – мова, дискурс – текст, дискурс – діалог, дискурс – стиль. Дискурс традиційно порівнюють із мовою та мовленням, знаходячи у понятті дискурсу риси і того, й іншого. Вважається, що дискурс схожий на мову тим, що проявляється у дії, у процесі, і відрізняється від неї тим, що має системні ознаки, властиві мові. Однак, мова, на відміну від дискурсу, абстрактніша. Більше того, дискурс відрізняється від мови та мовлення присутністю соціокультурного контексту. У сучасній лінгвістичній літературі активно вивчається опозиція: текст – дискурс. Хоча будь-який дискурс – це текст, не кожен текст є дискурсом. Принципова відмінність дискурсу від тексту

полягає у його динамічності та інтерактивному характері. Таким чином, дискурс – це водночас процес мовної діяльності (комунікація, контекст) та її результат (текст).

Т.І. Біріна, аналізуючи і порівнюючи поняття діалог і дискурс, дійшов висновку, що дискурс у соціальному контексті – це мова чи текст, вміщений у ситуацію діалогу, повернутого до життя. Якщо ж дискурс розуміється в індивідуально-особистісному плані, він полярний діалогу, оскільки призводить до протиставлення «Я» іншим учасникам комунікації [36, с. 91].

Н. І. Клушина говорить про розбіжність термінів «функціональний стиль» та «дискурс» оскільки стиль є об'єктом вивчення у функціональній стилістиці, а дискурс у його сучасному розумінні вивчається комунікативною стилістикою. Якщо підсумувати, дискурс – це особлива самостійна мовна форма, не тотожна мові, тексту, стилю, діалогу, проте вона включає окремі їх риси [35, с. 27].

Перейдемо до поняття Інтернету. За визначенням А.В. Соколова «Інтернет – це глобальна соціально-комунікаційна комп'ютерна мережа, призначена для задоволення особистісних та комунікаційних соціальних потреб за рахунок використання телекомунікаційних технологій». Інакше кажучи, Інтернет – це комунікативний майданчик, у якого відбувається «вербалізована мовномислительна діяльність» [7, с. 3].

Поєднання двох понять – дискурс та Інтернет – підводить до очевидного висновку про те, що Інтернет-дискурс – це особливий вид комунікації, який здійснюється через Інтернет, який є каналом зв'язку та обміну інформацією між учасниками спілкування. Проте, виділення Інтернет-дискурсу як окремого типу дискурсу визнається не всіма дослідниками. Так, можна говорити про існування «національного дискурсу», наприклад, українського, але є некоректним виділення в його рамках різних типів дискурсу взагалі, та Інтернет-дискурсу зокрема, оскільки вони є приватними проявами національного дискурсу. Це не є окремими

типами (видами) дискурсу але лише деякі «модифікації» останнього, певним чином «адаптовані» відповідно до тієї сфери, в якій він функціонує.

Проте, загалом лінгвісти як не заперечують існування Інтернет-дискурсу, але й виявляють величезний дослідницький інтерес до вивчення комунікації у глобальній мережі. Інтернет комунікація має опосередкований характер, адже здійснюється за допомогою технічних засобів. У самому терміні Інтернет-дискурс вже закладено прихильність дискурсу до Інтернету та до комп'ютера. Інакше висловлюючись, цей вид спілкування включає трьох учасників: користувача, комп'ютер та Інтернет. Наголошуючи на комп'ютерно-опосередкованому характері Інтернет-дискурсу, Є.К. Русанов, за Є. М. Галичкіною, визначає його як «сукупність текстів, реалізованих у штучно створеному комунікативному просторі, що передбачає дистантне інтерактивне спілкування віртуальних комунікантів» [7, с. 6]. Слід зазначити, що термін Інтернет-дискурс не є загальноприйнятим. Так, в англomовній лінгвістичній літературі зустрічаються такі його аналоги як: *computer-mediated communication*, *Netspeak*, *chatspeak*, *web discourse*, *electronic communication* та інші.

Немає одностайності у цьому питанні й у лінгвістиці. Різні дослідники пропонують та обґрунтовують свої варіанти терміна, включаючи: комп'ютерний дискурс (П.Є. Кондрашов, А.В. Зеленовська), віртуальний дискурс (О.В. Лутовінова, А.А. Ушаков), мережевий дискурс (Н.Л. Моргун), електронний дискурс (М.К. Козирєва, Т.А. Спірчагова), онлайн дискурс (І.А. Ушанова, О.М. Мурашківська), електронна комунікація (М.А. Ульянова). Є.Г. Грибовод вважає, що, незважаючи на різноманіття термінів, загалом це тотожні поняття, які є комунікативними діями, пов'язаними з обміном інформацією та спілкуванням між людьми за допомогою комп'ютера, різних засобів зв'язку». Нам представляється найбільш доцільним застосування терміна Інтернет-дискурс, оскільки поняття Інтернет вміщує всі відтінки смислів, представлені в інших варіантах терміна. Будучи одним із

найпопулярніших засобів комунікації, саме Інтернет надає величезний безпосередній вплив на сучасну мову.

Ще одна визначальна властивість Інтернет-дискурсу – це необхідна взаємодія користувачів Інтернету у процесі комунікації. О.С. Юртаєва робить висновок про те, що Інтернет-дискурс – це мовна ситуація (текст), занурена у ситуацію спілкування у межах простору всесвітньої павутини. О.М. Гайфулліна розуміє Інтернет-дискурс як процес створення тексту у сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними факторами, цілеспрямовану соціальну дію, що включає взаємодію людей та механізми їх свідомості – когнітивні процеси.

На думку Є.К. Русанова Інтернет-дискурс – це багатогранний вид спілкування, який залежно від різних факторів (ситуації, учасників, користувачів, цілей спілкування, тощо) може включати субдискурси: побутовий, діловий, науковий, рекламний і т. д. А.А. Ушаков розглядає Інтернет-дискурс як особливий новий тип мови, у межах якого формуються та розвиваються «самобутні комунікативні жанри» [7, с. 8]. При цьому основною мовною рисою комунікації в глобальній мережі є синтез писемного та усного мовлення.

Цю особливість підкреслює інший дослідник, називаючи Інтернет-дискурс «гібридом усного і письмового дискурсів» [7, с. 9]. Ця конституюча характеристика Інтернет-дискурсу уможливила появу та використання в дискурс-літературі такого поняття як «письмова розмовна мова», усно-писемна мова, усно-писемна система комунікації.

Таким чином, статус Інтернет-дискурсу, як окремого типу дискурсу та нової форми комунікації, підтверджується його специфічними рисами, зумовленими середовищем його функціонування, новими мовними формами та домінуючою роллю Інтернету в житті сучасного суспільства.

2.2 Аналіз структурних особливостей сленгу англійської мови

Проведений нами огляд досліджень у галузі дискурсу показав наявність безлічі трактувань цього явища у межах різноманітних наукових систем.

Поняття «дискурс» з'явилося, коли лінгвістичні дослідження вийшли за межі речення в область надфразового синтаксису. Нові підходи, що сформувалися в науці про мову, стали основою виникнення нової «когнітивно-дискурсивної парадигми знань», в рамках якої базою для розгляду дискурсивної діяльності служать внутрішні ментальні процеси. При цьому слід зазначити, що поняття «дискурс» у лінгвістиці пов'язане з проблемами співвідношення мови та соціальності, а також мови та особистості.

По суті, кожна область людської діяльності має власний характерний для неї дискурс, у якому реалізуються здібності людини до рефлексії та комунікації. Дискурс є мовленнєвий процес, що призводить до утворення лінгвістичної структури. При створенні дискурсу входить у активний стан вся мовна система як мовного моделювання образу, що породжується людською свідомістю.

З урахуванням ментальних основ породження та функціонування мови, дискурс у когнітивно-комунікативній парадигмі розуміється як інтегральний феномен, розумово-комунікативна діяльність, що є сукупністю процесу та результату і включає як екстралінгвістичний, так і власне лінгвістичний аспект; в якому окрім тексту виділяються пресупозиція та контекст (прагматичний, соціальний, когнітивний), що зумовлюють вибір мовних засобів.

Як згадано раніше, дискурс багатосторонній, і одна з його інтерпретацій включає визначення дискурсу як мовного утворення подієвого характеру в сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними, паралінгвістичними та іншими факторами.

Соціомодель дискурсу може бути представлена у вигляді динамічної сукупності дискурсивних формацій. Дискурсивні формації (різновиди

дискурсу) утворюються на перетині комунікативної та когнітивної складових дискурсу. Еволюція дискурсивних формацій тематично і хронологічно обумовлена, тому актуальним в наш час є питання створення алгоритму прогнозування ступеня модифікації тих чи інших формацій, їх ядерної зони і периферійних зон, саме приядерної зони, найближчої периферії, далекої периферії, крайньої периферії. Розробка даного алгоритму спрямована на виявлення всіх проблем та перспектив когнітивно-комунікативно обумовленого процесу трансформації дискурсивної моделі соціуму.

У нашому дослідженні розглядається формація твіттер-комунікації в Інтернет-дискурсі.

Останнім часом в інтернет-дискурсі стрімкий розвиток отримав жанр мікроблог. Мікроблог є однією з форм блогінгу (ведення особистого інтернет-журналу). Власне, мікроблог – це свого роду особистий блог, але з короткими нотатками (у Twitter це не більше 140 символів). Мікроблог може використовуватися для опису чогось цікавого або, навпаки, для опису будь-яких подій з повсякденного життя, але, як правило, інформація має бути актуальна безпосередньо в даний момент часу.

Найбільш поширеним сервісом мікроблогів є Twitter. Соціальний сервіс Twitter є найціннішим джерелом матеріалу для дослідження сучасного інтернет-дискурсу внаслідок різноманітності суб'єктів комунікації, доступності та динамічності.

Нами досліджуються комунікативні та власне лінгвістичні особливості сервісу Twitter як різновиду сучасного англомовного інтернет-дискурсу [37].

Лексичні властивості інтернет-дискурсу мають максимально яскраву індивідуальність, яка виражається як у наборі лексичних одиниць, так і в їх кореляції та функціонуванні. У мові відзначається формування особливої лексичної підсистеми із власними мовними особливостями та специфічними соціокультурними характеристиками.

До лексичних засобів виразності інтернет-дискурсу можна віднести використання переносного значення слова, а також використання лексем із певних лексичних груп.

Слід зазначити, що нині в інтернет-дискурсі наголошується вкрай активний процес словотвору, словотворчості.

Користувачі сервісу Twitter створили власний грайливий та іронічний сленг на основі назви самого сервісу.

Переважає спосіб словотвору в інтернет-дискурсі – словозлиття – це спосіб словотвору, для якого характерний перерозподіл і нова комбінаторика знайомого матеріалу. Огляд лексики соцмережі Twitter показав, що найчастіше слово, що використовується для утворення неологізмів, – це слово Twitter. Фрагмент слова Twitter, зокрема, фрагмент «tw», приєднується до фрагментів загальноживаних слів (з'єднання фрагментів основ). Таким чином, засобами мови (лексично) створюється віртуальний світ, світ Твіттера, паралельний фізичному світу.

Світ Твіттера, для якого існує особлива назва Twitterverse (табл. 2.1), яка наголошує на його глобальності, – це світ паралельний реальному світу.

Таблиця 2.1. Приклади вживання слова «Twitterverse» у мікроблогах сервісу Twitter

A #FlashbackFriday video clip – & then I'll bid the Twitterverse adieu.
Morning Twitterverse.
ATTENTION TWITTERVERSE

У ході дослідження лексики мікроблогів, нами була відзначена характерна форма звернення до інших користувачів сервісу як навколишнього простору, як неподільного цілого. Як приклад можна навести вживання таких збірних іменників при зверненні до користувачів сервісу, як «tweetland», «tweetlanders», «twittersphere», «Twitterverse», «Twitterers», «twitizens», «tweeties», «twitheads», «tweeple» (Табл. 2.2).

Таблиця 2.2. Приклади звернень у мікроблогах сервісу Twitter

G'mornafternooening twittersphere!
hi twittersphere
Dear #trans twittersphere
Morning tweetlanders!!!
Flowers for you, Tweetlanders, to celebrate launch of my new website today
Thanks for all the kind comments, lovely tweeples!
Hey tweeples!
11:09 PM in my part of the world, goodnight twitizens
Great Sunday morning, Twitizens!
Sweet Dreams Twitheads!
G'nite twittersphere...
Thanks for love twittersphere.
Twittersphere, I need yall to help me ...
Good Mornin' Tweetland ...
GOOD DAY TWEETLAND
Help me out, twitterers please
Twitterers please spell properly.

Вищеописані сленгізми на основі фрагмента «tw» виконують функцію створення доброзичливої атмосфери, наносячи певний гумористичний відтінок, найімовірніше, оскільки вони трохи комічні за звучанням і є, таким чином, проявом самопародії. За своєю суттю, вони є не лише сленгованими

одинацями інтернет-комунікації, а й неологізмами, адже їхнє значення ще не зафіксоване у словниках.

Поширення сленгізмів на основі назви соціальної мережі Twitter є показником наявності тісного контакту між користувачами та їх фоловерами (підписниками).

Фоловери, наприклад, ототожнюють себе з сім'єю, вживаючи слово «twittfam», або друзями, наприклад, tweeps (Twitter + peeps (friends) або twiends (Twitter + friends) – це друзі в Twitter (табл. 2.3).

Таблиця 2.3. Приклади вживання слів «twittfam», «tweeps» та «twiends» у мікроблогах сервісу Twitter

Have a great Friday and weekend Twittfam.
... goodnight twittfam
hey welcome to the Twittfam!!!!
Merry Christmas TwittFam
Hey Tweeps!
Have a lovely day, tweeps.
Thanks Twiends!!
Kiss kiss hug hug byeeeeee Twiends!

За допомогою використання сленгізмів на основі знайомої лексики, зокрема, при зверненні до користувачів сервісу Twitter, досягається ефект довірливості та розкутості, тим самим досягається основна мета комунікації – налагодження контакту з численною аудиторією.

Наприклад, Twitter + Sweetheart = Tweetheart (sweetheart у Twitter) (табл. 4).

Таблиця 2.4. Приклади вживання слова «Tweetheart» у мікроблогах сервісу Twitter

And thank you tweethearts for following me!!
Please TweetHearts, help me retweet this ...
Have a lovely day tweethearts. xx

Поява іншої групи сленгізмів пов'язана безпосередньо з комп'ютерною та інтернет-дійсністю. У цій групі відмічено безліч сленгізмів з великою кількістю похідних. І знову превалюючим способом словотвору є словозлиття.

Як приклад можна навести сленгізм *selfie* та серію похідних одиниць, утворених за аналогією з ним. «Selfie» (селфі) – найвідоміший сленгізм епохи соціальних мереж, коротке, задержуване і суперпопулярне, що означає різновид автопортрета, відтворення самого себе на фотокамеру, іноді за допомогою дзеркала.

Похідні варіації слова «selfie» включають:

- «helfie» – фотографія власної зачіски (hair), також є варіація фотографія власної бороди – «beardie»;
- «drelfie» – фото самого себе в нетверезому стані (drunk);
- felfie (fake selfie) – фальшиве селфі, наприклад, на тлі телевізійного зображення екзотичних островів (з метою похвалитися в соціальних мережах), а також «farm selfie» – автопортрет фермера на тлі його угідь (табл. 2.5)

Таблиця 2.5. Приклади застосування сленгізмів, утворених за аналогією зі словом «selfie», у мікроблогах сервісу Twitter

Of course Harry you wouldn't post a selfie, you would just make it a helfie!!Do you like my beard? #Beard #beardie#mustache...
The last #drelfie of 2015.

First Summer 2016 felfie!

До похідних від слова «selfie» сленгових одиниць також відносяться: «selface» і «selfeye» (табл. 2.6).

Вперше значення слова «selfeye» (selfie + eye) було описано як «селфі, що демонструє макіяж очей». Нині слово також використовується позначення знімків, у яких зображені головним чином очі автора.

Сленгова одиниця «selface» (selfie + face) позначає вираз обличчя, яке хоче сфотографувати автор, коли робить селфі.

Зокрема, сленгове слово «duckface» (переважно відноситься до користувачів жіночої статі) – вираз обличчя, з висунутими вперед губами, з подальшим розміщенням автопортретного знімка в соціальних мережах (табл. 6).

Таблиця 2.6. Приклади вживання слів «selface», «selfeye» та «duckface» у мікроблогах сервісу Twitter

My own personal #selface
...what do you think of my #selfeye ?
I'm always making a duckface or kissy face in my selfies because I don't like my smile

Як інші приклади сленгових одиниць, пов'язаних з інтернет-дійсністю та сучасними технологіями, можна навести:

- «fakebooking» – розміщення прикрашеної, неправдивої інформації про себе у своєму обліковому записі в соцмережі Facebook, з метою представити себе в найбільш вигідному світлі;
- iHunch – деформація хребта, яку ризикують отримати всі користувачі сучасними гаджетами, зігнувшись над своїми смартфонами та планшетами;

- «crowdfunding» – колективний збір коштів великою кількістю людей з метою підтримки будь-якого проекту, особливо з використанням веб-сайту для збору коштів;
- «cyberbullying» – «кібертравля» навмисні дії знущального характеру (загрози, образи і т.д.), що здійснюються через сучасні засоби комунікації;
- «meme» – зображення, відео-файл, фрагмент тексту тощо, як правило, гумористичного характеру, які копіюються та поширюються інтернет-користувачами, найчастіше з невеликими варіаціями;
- «geek» – людина, просунута у комп'ютерних технологіях і захоплена ними, але має деякі труднощі у соціальному плані, спілкуванні з іншими людьми;
- «noob» – недосвідчена людина, новачок в якійсь області, часто, в онлайн-грі;
- «troll» – користувач, який анонімно розміщує інформацію провокаційного характеру на форумах, у коментарях до блогів тощо, сприяючи виникненню суперечок та конфліктних ситуацій між учасниками.
- «Chatversation» – (chat + conversation) – розмова, яка відбувається між користувачами в чаті або за допомогою будь-якої програми для швидкого обміну повідомленнями;
- «egosurf» – шукати інформацію про себе в Інтернеті.

В результаті дослідження специфіки комунікації в інтернет-дискурсі на лексичному рівні виявлено, що в середовищі інтернет-користувачів, так само як і в рамках будь-якої іншої соціальної групи, згодом формується характерний сленг, що виконує функцію ідентифікації. Як засоби виразності в інтернет-дискурсі, зокрема, у формації твіттер-комунікації, широко використовуються такі лексичні засоби, як сленгові одиниці.

2.3. Аналіз словотворення сленгу в англомовному Інтернет-спілкуванні

У сучасній лінгвістиці існує чимала кількість класифікацій процесу словотворення. Відомий вчений-лінгвіст А. І. Смирницький розглянув проблеми подільності слова та довів своєрідність семантики та будови похідних слів. Ця робота дозволила говорити про словотвори в мові як самостійний розділ лінгвістики. Г. О. Винокур запропонував класифікацію моделей словотвору, у тому числі продуктивні та непродуктивні, регулярні та нерегулярні моделі. Це вчення стало значним подією історії словотвору, оскільки саме Г. О. Винокур сформулював принципи словотворчого аналізу. Лінгвіст Н. М. Шанський торкнувся проблеми принципів словотвірного аналізу та словотвірного процесу, стверджуючи, що завданнями словотвірного аналізу буде не просто вивчення складу слова, але визначення характеру та значення морфем у їх взаємозв'язку одна з одною, визначення конкретної ролі морфем. Проблеми, порушені у перелічених вище роботах, сприяли активному дослідженню словотворчих процесів у сучасній лінгвістиці. У роботах сучасних вітчизняних лінгвістів досліджується ступінь подільності слів та визначення значущих одиниць у слові (Є. С. Кубрякова), проблеми аналізу морфологічних явищ у словотворі та закономірності у поєднанні морфем (В. В. Лопатін), питання визначення парадигматичних та синтагматичних зв'язків між одиницями словотвірної системи (Є. А. Земська), проблеми видів словотвірної мотивації (І. С. Улуханов).

Для класифікації інтернет-сленгу в англійській мові ми визначили такі пункти:

1. Аббревіація;
2. Усічення;
3. Словоскладання;
4. Афіксація;
5. Еративи;

6. Неологізми.

Причиною використання саме такої класифікації є поєднання в ній лексико-семантичних, лексико-синтаксичних та конверсійних процесів мови для аналізу, що, з одного боку, дозволяє охопити усі відомі словотворчі процеси англійської мови, а, з іншого, не дозволяє поглиблюватися у деталі, адже метою підрозділу є вивчення домінуючого типу словотворення саме у інтернет-комунікації, а не власне словотворення англійської мови як процесу.

Зазначимо, що кожна з категорій класифікації так чи інакше представлена у ілюстративному матеріалі (Додаток А).

До першої групи «аббревіація» ми відносимо скорочені елементи слів, об'єднаних в одне поєднання:

- Abt (about) – навколо, про, щодо, і т.д.
- BBS (be back soon) – скоро повернуся
- Cmptr, CPU (computer) – комп'ютер
- Fb (Facebook) – соціальна мережа Facebook
- NP (no problem) – без проблем

До другої групи «усічення» ми відносимо слова, утворені шляхом скорочення слова:

- Abs (abdominals) – черевний прес
- Cig (cigarette) – сигарета
- Min (minute) – хвилина
- Pic (picture) – фотографія, картинка
- Tho (though) – хоча, проте

Третя група – «словоскладання»:

- Approholic (application + alcoholic) – залежна людина, яка постійно скачує програми, найчастіше марні, які він використовує один чи два рази, а потім забуває. Найчастіше це стосується дітей, у яких є планшети та мобільні телефони.
- Brofie – різновид селфі, зроблений з друзями

- Cinderfella (Cinderella + fellow) – молода людина, яка має бути вдома до півночі, не важливо з якоїсь причини, адже якщо вона не прийде, то зіткнеться з серйозними наслідками.
- Dadmire (dad + admire) – захоплюватися чиймись батьківськими якостями; шанувати когось, як образ справжнього батька.
- Fauxgiene (faux + hygiene) – означає несумлінно вимиті руки, без мила, найчастіше, коли людина це робить не з власної волі, а під соціальним тиском, начебто йому насправді до цього є справа.

Четверта група – «афіксація»:

- Addy (address) – адреса
- Fashionista – людина, зосереджена на стилі, що стежить за останніми трендами.
- Homie (homebody) – свій хлопець/своє дівчисько
- Internetting – користування Інтернетом.
- Selfie – фотографія себе в дзеркало, або з відстані витягнутої руки
- Usie – різновид селфі. Груповий selfie з друзями.

П'ята група «еративи» – тобто, умисне порушення норми. Сюди ми відносимо граматично неправильні написані слова, які зрозумілі з першого прочитання. Такі спрощення написання слів є наслідком економії часу. Оскільки спілкування ведеться в Мережі, учасники цього спілкування часто не звертають уваги на дотримання граматичних правил, що породжує нові слова, які згодом використовуються повсюдно. Іноді вони утворюються в результаті різних друкарських помилок, а іноді навмисно:

- Wut - замість what
- Da – замість the
- Picsher – замість picture
- Ma – замість my
- Jeenyus – замість genius

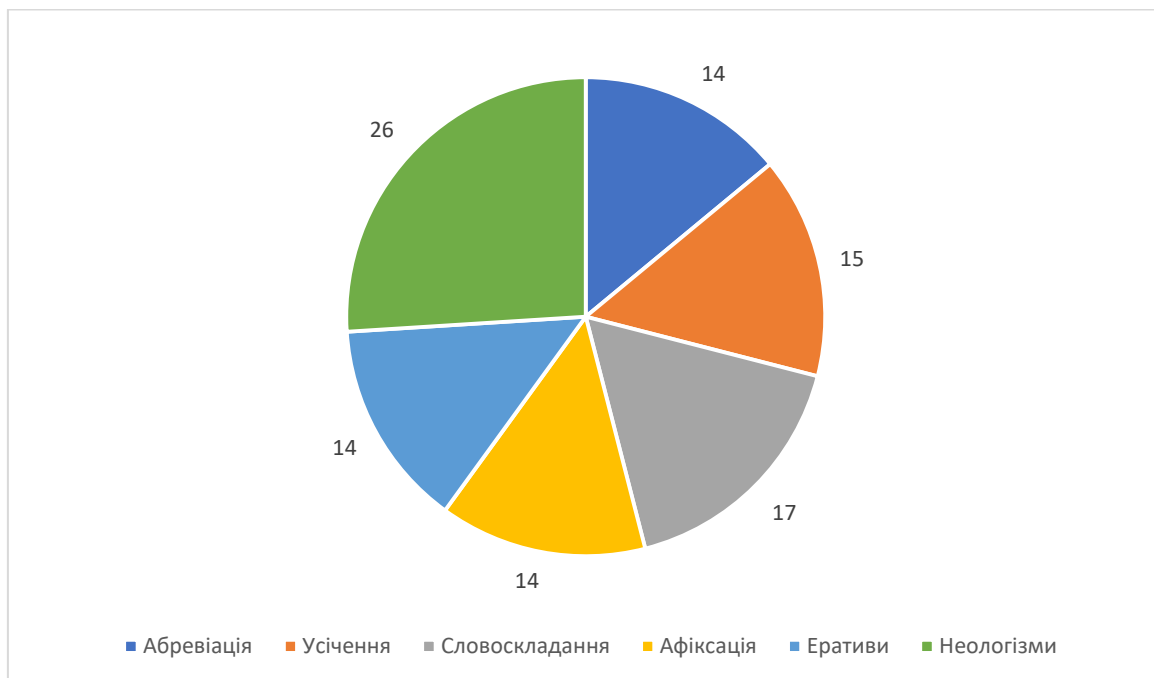
Шоста група «неологізмів» включає слова, що позначають нові поняття та предмети:

- Anglo-klaxon – так називають гучних англомовних людей, зазвичай американців.
- Bisurean – так у Мережі називають стосунки між м'ясоїдами та вегетаріанцями
- Birth vegan – так називають людину, яка ніколи не їла м'яса. Вегетаріанець від народження.
- Car sandwich – так називають ситуацію, в якій машина застряє між двома великими вантажівками, трейлерами тощо, на дорогах із однією смугою. Часто таке трапляється у промислових районах, в зонах будівництва.
- Closet psycho – коли ви починаєте з кимось зустрічатися, і людина вам здається нормальною, але з часом, ви помічаєте, як всі його недоліки, які він намагався приховати, спливають назовні.

Резюмуючи проведений аналіз, можна зазначити, що зі 140 одиниць, виявлених у публікаціях користувачів Твіттер методом суцільної виборки за 2022 рік, сленговані вирази поширилися майже однорідно поміж власними категоріями.

Так, сленг, представлений аббревіацією, складає 14% загального проценту тексту; усічення зустрічаються у 15% тексту вибірки, словоскладання як форма існування сленгу відповідає 17% прикладів; афіксація зустрічається у 14% випадків; еративи зустрічаються у 14% з загального масиву прикладів, а неологізми займають 26% виборки, складаючи тим самим найбільшу категорію сленгового інтернет-спілкування (Рис. 2.3).

Структурний склад сленгу в інтернет-спілкуванні



Виходячи з зазначеного, найбільш поширеною формою словотворення є неологізми (26%). Причиною поширення явища неології саме серед інтернет-комунікації може бути намагання користувачів творчо назвати поняття та явища, які виникають. Особливо це стосується соціально-психологічних, емоційних та суспільних процесів, як видно з прикладів.

Другою за кількістю прикладів є група словоскладання (17%), і причиною її частотного переважання ми бачимо власне склад англійської мови, яка належить до групи германських мов, а, отже, схильна до словотворення шляхом поєднання основ іменників. Такий процес дозволяє як створювати нові номінації, так і поєднувати значення слів, з основ яких утворюється нове, сленговане.

Третя за кількістю випадків є група усічень – 15%. Це не викликає здивування, адже сам процес інтернет-комунікації потребує стислості як у просторі, так і у часі від користувачів. Пропуск закінчень чи спеціальне відкидання частини слова влучно реалізують таку мету у процесі комунікації онлайн, а, отже, є продуктивною моделю для появи сленгу.

В однаковій кількості випадків представлені абревіація, афіксація та еративи – 14%. Причиною таких показників можуть бути більш складна природа кожного із процесів, що не дозволяє кожному користувачеві утворювати нові слова таким способом словотворення.

Висновки до Розділу 2

Отже, статус Інтернет-дискурсу, як окремого типу дискурсу та нової форми комунікації, підтверджується його специфічними рисами, зумовленими середовищем його функціонування, новими мовними формами та домінуючою роллю Інтернету в житті сучасного суспільства.

В результаті дослідження специфіки комунікації в інтернет-дискурсі на лексичному рівні виявлено, що в середовищі інтернет-користувачів, так само як і в рамках будь-якої іншої соціальної групи, згодом формується характерний сленг, що виконує функцію ідентифікації. Як засоби виразності в інтернет-дискурсі, зокрема, у формації твіттер-комунікації, широко використовуються такі лексичні засоби, як неологізми та сленгові одиниці.

Лексичні властивості інтернет-дискурсу мають максимально яскраву індивідуальність, яка виражається як у наборі лексичних одиниць, так і в їх кореляції та функціонуванні. У мові відзначається формування особливої лексичної підсистеми із власними мовними особливостями та специфічними соціокультурними характеристиками.

До лексичних засобів виразності інтернет-дискурсу можна віднести використання переносного значення слова, а також використання лексем із певних лексичних груп. Слід зазначити, що нині в інтернет-дискурсі наголошується вкрай активний процес словотвору, словотворчості. Користувачі сервісу Twitter створили власний грайливий та іронічний сленг на основі назви самого сервісу.

Виходячи з зазначеного, найбільш поширеною формою словотворення є неологізми (26%). Причиною поширення явища неології саме серед

інтернет-комунікації може бути намагання користувачів творчо назвати поняття та явища, які виникають. Особливо це стосується соціально-психологічних, емоційних та суспільних процесів, як видно з прикладів.

Другою за кількістю прикладів є група словоскладання (17%), і причиною її частотного переважання ми бачимо власне склад англійської мови, яка належить до групи германських мов, а, отже, схильна до словотворення шляхом поєднання основ іменників. Такий процес дозволяє як створювати нові номінації, так і поєднувати значення слів, з основ яких утворюється нове, сленговане.

Третя за кількістю випадків є група усічень – 15%. Це не викликає здивування, адже сам процес інтернет-комунікації потребує стислості як у просторі, так і у часі від користувачів. Пропуск закінчень чи спеціальне відкидання частини слова влучно реалізують таку мету у процесі комунікації онлайн, а, отже, є продуктивною моделю для появи сленгу.

В однаковій кількості випадків представлені аббревіація, афіксація та еративи – 14%. Причиною таких показників можуть бути більш складна природа кожного із процесів, що не дозволяє кожному користувачеві утворювати нові слова таким способом словотворення.

РОЗДІЛ 3: МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ СЛЕНГУ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У СТАРШІЙ ШКОЛІ

3.1 Молодіжний сленг як мотивація до вивчення англійської мови у загальноосвітній школі

Останнім часом навчанню іноземних мов приділяється велика увага. І це не лише «данина моді» іноземними мовами, а й необхідність для всебічного розвитку майбутнього учня. Зараз, як ніколи, є всі умови для вивчення іноземної мови: це і можливість виїзду за кордон, і спілкування з носіями мови через Інтернет, і можливість запрошувати іноземних фахівців. Значне розширення міжнародних контактів у різних сферах людської діяльності суттєво вплинуло на зміну потреб та цілей оволодіння мовою міжнародного спілкування. Сьогодні ми здобули велику свободу у встановленні прямих міжнародних контактів. За рахунок цього з'явилася можливість мати різноманітні автентичні матеріали, на основі яких здійснюється навчання. Це підручники, що публікуються в країнах мови, що вивчається, періодична література, відеофільми, фонетичні матеріали, начитані носіями мови тощо. В результаті, формування іншомовної компетенції стало однією з основних цілей навчання іноземних мов.

Інтеграція України в єдиний європейський загальноосвітній простір, удосконалення та реформування мовної освіти призвели до нового осмислення цілей, завдань та змісту навчання іноземних мов. З англійською мовою діти стикаються ще досить ранньому віці, оскільки мова стала невід'ємною частиною шкільної програми. Але у зв'язку з тим, що мова – поняття мінливе, яке не стоїть на одному місці, а постійно розвивається та еволюціонує, а сама шкільна програма не може бути так швидко адаптована під сучасні реалії, то й учні, і викладачі стикаються з низкою проблем. Одна з суттєвих проблем у тому, що в школі вчать такій англійській мові, яку б хотіли мати, щоб діти могли написати підручник. Шкільна освітня програма не визнає, що здебільшого розмовна мова відрізняється від так званої класичної англійської мови. Добре відомо, що мало хто з американців чи англійців розмовляє тією англійською, яку діти вивчають у школі. Правда варто відзначити, що, в цілому, жоден з найпередовіших і гнучкіших способів викладання англійської мови в будь-якій країні не може йти в ногу з сучасною англійською мовою, що швидко розвивається. Навіть правопис

деяких слів, таких як «going to» та «want to» часто пишеться фонетично (gonna та wanna) у неформальних комунікаціях, таких як SMS, електронна пошта та Facebook.

Найважливішою частиною вивчення мови є вміння спілкуватись з іншими людьми. Англійська мова – гарна, виразна мова, в якій використовується багато ідіом та фразеологічних зворотів. І те, що робить мову красивою в очах носіїв мови, може виявитися черговою складністю для тих, хто вивчає мову. Сленг складає третину лексики розмовної мови і є однією з найцікавіших частин вивчення іноземної мови, оскільки він надає мові кольору, яскравості, емоційності та виразності. Сленг також є одним із найкорисніших шарів для освоєння мови.

Як уже було сказано раніше, в сучасній англійській мові сленг є активним компонентом живої розмовної мови і займає значну частину її словникового складу, оскільки різноманіття інтересів суспільства, оцінка окремих явищ носіями мови, що належать до різних соціальних і професійних груп, знаходить яскраве відображення у сленгу. Тим не менш, незважаючи на об'єктивне існування молодіжного сленгу, даний лінгвістичний феномен залишається недостатньо вивченим, і кількість досліджень, присвячених цьому питанню, обмежена. Тим часом важливо уявляти собі сучасний стан такої соціально значущої та численної частини британського та американського суспільства, якою є підлітки та студенти університетів та коледжів.

У методиці навчання іноземних мов проблема використання молодіжного сленгу є маловивченою. Справді, необхідність засвоєння насамперед найбільш уживаних слів при навчанні іншомовної лексики очевидна. Тим не менш, якщо суб'єкт навчання розглядати як полікультурну мовну особистість у процесі навчання іноземної мови, то в лінгвістичний компонент змісту навчання з метою розвитку пізнавальної активності школярів доцільно включати мовні структури, що містять сленгові вирази.

Молодіжний сленг є однією із складових процесу розвитку мови, її поповнення та різноманіття, лексика якого обмежена інтересами та проблемами молоді: навчанням, модним одягом, музикою тощо. Сленгові слова та висловлювання завжди були популярні серед молоді, тому що сленг дає підліткам та молодим людям можливість вільного спілкування серед однолітків, що дозволяє щось змінити у сфері власного спілкування з іншими. Сленг є своєрідним знаком, «візитною карткою» певних груп та верств населення.

Сленгові слова здебільшого є характеристикою молоді. Крім того, поява мобільних телефонів із сервісом SMS, електронної пошти та інтернет-чатів сприяє тому, що в мові підлітків все частіше зустрічаються прості вербальні конструкції, за допомогою яких можна максимально швидко передати свою думку, що викликає критику з боку більш консервативно налаштованої частини лінгвістичного співтовариства.

На уроках іноземної мови у школах вчителі не завжди можуть пояснити значення англійських сленгових виразів. Більшість вчителів у школах не цікавляться іноземним сленгом та забороняють дітям його вживання у розмовній мові. Доречність використання у мові різних термінів, абстрактних понять і складних речень залежить від рівня розвитку учнів та його вікових особливостей. Досвідчений вчитель менше часу витрачає на пояснення відомого, дозовано використовує спеціальні терміни та академічні висловлювання, професійну лексику (наприклад, лексику артистів, медиків, юристів та інших). Сленг надає промові новизну та силу. Але користуватися сленгом слід обережно, уникаючи вульгарних та грубих виразів. Емоційні слова та висловлювання завжди викликають асоціації, які можуть бути позитивними чи негативними. Тому, перш ніж вимовити слово, викладачеві слід заздалегідь визначити, яку реакцію учнів він хоче отримати.

Більшість школярів починають вживати сленгові слова у своїй промові на середньому етапі навчання, тобто у молодшому підлітковому віці. Використання сленгу на уроках англійської є позитивною мотивацією для

школярів 7-11 класів у вивченні англійської мови, може сприяти активізації їх пізнавальної діяльності, що веде до поповнення словникового запасу учнів та формування іншомовної комунікативної компетенції. На думку Роберта Гарднера, мотивацію до вивчення мови можна поділити на інтегративну та інструментальну. Інструментальна мотивація пов'язана з функціональним використанням мови як інструменту для досягнення певних цілей. Інтегративна мотивація – це бажання людини стати частиною іншомовної культури, «інтегрувати в неї», опанувати іноземну мову з метою вільного спілкування з носіями мови, набуття певного статусу в суспільстві.

Крім вище зазначеного, позитивний вплив сленгу на мотивацію у тому, що він пропонує як релевантність, так і автентичність. Тобто якщо діти відчують, що те, що вони вивчають, має відношення до їхнього повсякденного життя, і вони можуть використовувати його при спілкуванні з носіями мови, вони будуть більш мотивовані на навчання. Учні також хочуть вийти за рамки підручника і говорити реальною, живою мовою. Сленг дозволяє їм це робити, оскільки має реальне застосування. Адже саме так кажуть носії англійської мови під час спілкування з друзями та колегами. Вивчення сленгу може бути мотиватором, оскільки він відбиває те, до чого хочуть бути причетні самі діти.

Таким чином, якщо учні знайдуть цінність у тому, що вони вивчають, вони матимуть більший потенціал для успіху. Тому важливо поєднати те, що їм потрібно, щоб навчитися тому, що вони хочуть дізнатися. Викладання сленгу показує дітям, що англійська мова не є стилізованою та застарілою. Він постійно змінюється, розвиваючись відповідно до потреб своїх користувачів. Сленг, зокрема, вдихає нове життя в мову і робить її живою та яскравою. У підручниках іноземної мови практично немає прикладів про сучасну молодіжну мову. Але, незважаючи на це, школярі цікавляться сленгом, шукають варіанти перекладів та українських аналогів різних крилатих фраз англійською в мережі Інтернет або спеціальних словниках.

Використовуючи дані засоби масової комунікації під час уроків англійської, вчитель навчає з урахуванням автентичного матеріалу, розглядає «живі», взяті із життя сфери та ситуації спілкування. В даному випадку можна з упевненістю стверджувати, що використання на уроках англійської текстів, що містять сленгові вирази, сприяє соціалізації молодшого підлітка. Соціалізація важлива для школярів, оскільки використання сленгових слів у мові, особливо англіцизмів, є певним «кодом», який є перепусткою в ту чи іншу молодіжну групу.

Таким чином, сленгова лексика знайомить учнів із соціальним поділом суспільства та територіальними особливостями країни мови, що вивчається. Вона несе в собі лінгвокраїнознавчу та культурологічну інформацію. Вивчення сленгових слів та виразів підвищує рівень мотивації підлітків, активізує їх інтерес до предмета «Іноземна мова» у загальноосвітній школі. Розробка подібних уроків цікава та корисна для вчителя. Необхідно знати зміни мови, вивчати новітню літературу, сучасні словники, підтримувати зв'язок із носіями мови, розробляти незвичайні завдання для тренування і закріплення сленгової лексики.

3.2 Особливості організації роботи учнів старших класів над вивченням лексичного матеріалу

Зміст навчання лексичного боку промови передбачає володіння лексичним мінімумом, що забезпечує можливість спілкування в побутовій та соціально-культурній сферах. Сутність відбору лексики, що виробляється у навчальних цілях, полягає в тому, щоб з безлічі слів, стійких словосполучень і мовних кліше, що входять до лексичного складу даного курсу, виділити ту частину, яка за своїм складом та обсягом відповідає цілям та умовам даного курсу навчання. Відібраний мінімум лексики повинен при цьому з достатньою надійністю забезпечувати розвиток мовних умінь і навичок,

необхідних програмою, бути посильним для даного контингенту учнів у межах класу, сприяти вирішенню освітніх і виховних завдань.

Донедавна граматика і фонетика часто вивчалися паралельно з лексикою і незалежно від неї. Одним із важливих прогресивних принципів сучасної методики є органічний зв'язок лексики з граматикою і фонетикою. Як не можна засвоювати лексику, не вивчаючи одночасно граматичну форму слова та її вимову, так і вивчати граматику і фонетику взагалі, не враховуючи ті конкретні слова, куди мають поширюватися досліджувані правила граматики і фонетики.

Нарешті, якими б важливими не були граматичні форми слова, знання великої кількості слів для вираження різних думок буде важливішим за знання такої ж кількості граматичних форм і конструкцій; наприклад, знаючи 50 слів та 5 граматичних конструкцій, можна побудувати більше речень, ніж якщо знаєш 5 слів та 50 конструкцій [41, с. 3].

Зі сказаного не слід робити висновку про те, що в будь-якому випадку лексика важливіша за граматику і фонетику. Кількість слів дуже важлива для можливості висловити різні думки, але не так важлива для оволодіння специфікою мови, що вивчається, для засвоєння її моделей.

Майже всі автори, такі як Л.В. Банкевич, Б.В. Беляєв, М.А. Бурлаков, В.А. Бухбіндер, Н.І. Гез, С.В. Калініна, Ю.І. Коваленко, М.С. Латушкіна, Є.Л. Товма, Н.С. Шебеко, Л.З. Якушина, що стосуються питань навчання лексики, відзначають специфічні проблеми лексичного матеріалу.

При навчанні функціональним особливостям лексики виникають труднощі, пов'язані із запам'ятовуванням обсягу значень слів, який у більшості випадків не збігається з рідною мовою, багатозначністю слів, характером поєднання одних слів з іншими, а також вживанням слова в конкретних ситуаціях спілкування. Загальна для всіх мов складність полягає в тому, що те саме поняття часто виражається різними за семантичною структурою лексичними засобами.

Характерною рисою англійської є багатозначність і омонімія. Труднощі становлять також такі явища, коли іменник семантично близьких слів представлений словом англійського походження, а прикметник — запозиченням з латинської або французької мови.

Особливу складність представляють фразеологізми — стійкі словосполучення різних типів, значення незалежно від значення їх компонентів.

Ч. Фріз при виявленні типологічних особливостей лексики виходить з її функції у реченні та з поєднаності [41, с. 3]. На основі цих критеріїв він виділяє чотири типи слів:

- а) службові слова;
- б) слова-замінники;
- в) слова, що виражають наявність чи відсутність заперечення;
- г) слова, що символізують предмети, події, якості.

Два перших типи є, на думку Ч. Фріза, найскладнішими у плані продуктивного засвоєння.

На різних етапах навчання лексики виникають труднощі. На початковому етапі слід виключити самостійне читання тексту, що містить нові слова. Дані тексти пред'являються вчителем, а учні сприймають їх у слух і намагаються з опорою на наочність здогадатися значення того, що повідомляє вчитель. Потім продуктивна лексика хіба що «відокремлюється» з контексту і закріплюється в усній формі.

Певна частина лексики вводиться без опори текст, але й у контексті. Наочність, жести і міміка допомагають розкрити значення нових слів, оскільки більшість їх носить конкретний характер. Над новими словами слід працювати як і контексті, так і у ізольованому вигляді, оскільки контекстуальне значення слова завжди є основним.

На просунутому етапі, зупинимося на ньому докладніше, нове слово слід вводити з обов'язковими поєднаннями, виділення яких у рамках навчальних мінімумів має бути першочерговим завданням. Важливо

враховувати характерні лексичні зв'язки у словах, які стосуються однієї предметно-тематичної групи. На прикладі уроку в практичній частині, на початковому етапі пропонується завдання, в якому автоматизується лексичний запас на тему «Food», де слова зв'язні між собою і відносяться до однієї тематики.

Питання характері ознайомлення з продуктивною і рецептивною лексикою вирішується по-різному і зводиться переважно до двох альтернатив: 1) у процесі ознайомлення з новою продуктивною/рецептивною лексикою відмінностей не має, вони виникають лише в заняттях на етапі закріплення; 2) залежно від характеру володіння матеріалом як ознайомлення з ним, і закріплення повинні будуватися по-різному.

Перший шлях обґрунтовується тим, що оскільки продуктивний словник школярів, будучи одночасно і їх рецептивним словником, має тенденцію скорочуватися за рахунок переходу в рецептивний, то на етапі ознайомлення слід створювати якнайбільше орієнтирів та інформативних ознак для закріплення слів у пам'яті.

Прихильники другого шляху висувають такі вимоги до роботи над продуктивною лексикою:

- 1) кожне значення слова слід трактувати як самостійну навчальну одиницю;
- 2) велику увагу при ознайомленні слід приділяти сполучуваності та структурі слів, синонімічним та антонімічним опозиціям, а також обсягу їх значень;
- 3) ознайомлення з новою лексикою має будуватися на мові, що звучить (можливі одночасні візуальні опори самого різного характеру);
- 4) у період презентації слів потрібна установка на прогнозування їх значень.

Для пояснення рецептивної лексики характерні такі особливості:

- 1) пояснення слів має йти від мовної форми до понять, що вона передає;

- 2) для кожного нового слова повідомляються різні значення, зафіксовані у лексичному мінімумі;
- 3) для правильного та швидкого впізнавання слова у тексті (або на слух) повідомляються його інформативні ознаки: наявність синонімів, словотворення, можливе контекстуальне оточення;
- 4) ознайомлення з новою лексикою може будуватися як на друкованому, так і на тексті, що звучить;
- 5) при ознайомленні з лексикою необхідна установка на впізнавання слів.

На наш погляд, необхідно також враховувати вікові особливості учнів під час навчання лексичній стороні мови. Так, на старшому ступені навчання іноземної мови у учнів змінюється ставлення до предмета, що вивчається. Як свідчать дослідження, у структурі мотивації обумовленими є зовнішні чинники. Г.В. Рогова та ін виділяють вузьколікісні мотиви (діяльність заради оцінки або іншої особистої вигоди); негативні мотиви, пов'язані з усвідомленням школярем тих неприємностей, що його очікують, якщо не буде сумлінно виконувати навчальні обов'язки [41, с. 4]. Оскільки ядром інтересу є внутрішні мотиви (комунікативно-пізнавальні, що виходять із самої діяльності з оволодіння іноземною мовою), то інтерес до предмета знижується.

Це свідчить, що бажання вивчати іноземну мову саме собою ще забезпечує позитивну мотивацію. Вона має бути підкріплена інтересом учнів до виконання навчальної діяльності. Тому можна виділити ще одну складність у навчанні лексики - зберегти в учнів інтерес до предмета.

3.3 План-конспект уроку англійської мови в 11 класі з вивчення сленгових виразів

З метою розробки методичного забезпечення вивчення сленгу, розроблено та запропоновано план-конспект уроку англійської мови в 11 класі з вивчення сленгових виразів за темою «Ukraine is my home».

Цілі уроку:

Навчальна:

- навчати учнів вживати вокабуляр, відмінний від літературного;
- закріплювати навички учнів описувати традиції та звичаї українців та особливості українського буття;

Освітня:

- формувати комунікативні навички учнів;
- навчати учнів презентувати результати власної роботи.

Розвиваюча:

- розвивати розуміння розмовної англійської мови учнями;
- розвивати мовленнєві навички учнів.

Виховна:

- виховувати в учнів любов до власної країни та її національно-культурних рис;
- виховувати в учнів толерантне ставлення до інших національностей.

Обладнання: комп'ютери, проектор, презентація.

Схематичний план уроку:

1. Організація уроку;
2. Ознайомлення учнів з темою уроку;
3. Актуалізація інформації про українські традиції та звичаї;
4. Читання та переклад тексту;
5. Пошук відповідностей;
6. Пояснення домашнього завдання;
7. Рефлексія;
8. Завершення уроку.

Хід уроку:

1. Організація уроку.

Вчитель: Good afternoon, dear students! How are you? Who is out of class today? Why? Is everyone feeling well? Are you ready to start the lesson? How do you like the weather today?

2. Ознайомлення учнів з темою уроку.

Вчитель: Today at the lesson we will deepen our knowledge of Ukrainian culture and traditions. To do this, we will talk about what unites us all. But before we start, we need to remember a few things from what we learned earlier.

3. Актуалізація інформації про українські традиції та звичаї.

Вчитель: Before you is a picture that depicts purely Ukrainian dishes. They have already been translated into English. Let's read them.

Tell me, do you know all the concepts? What are the difficulties?

Your task is to break into pairs and make up dialogues. The dialogue should take into account all the words from those that are on the slide.

You will have 10 minutes to complete the task.

Ukrainian food



Bread Palyanitsya



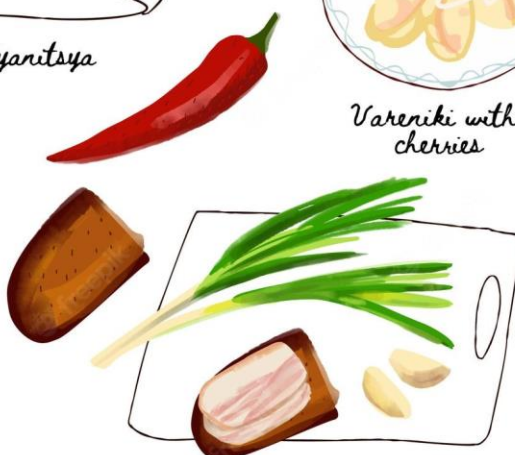
Varenyky with cherries



Glechik with milk



*Stewed fruit
Uzvar*



Piece of rye bread with salted lard



Borsch

(Учні розбиваються на пари, створюють діалоги та презентують їх перед вчителем).

4. Читання та переклад тексту.

Вчитель: There is text on the slide (Додаток Б). It is dedicated to some features of Ukrainian culture, which we will talk about a little later.

Now we need to read and translate it. Let's do it in a chain one by one.

(Учні читають та перекладають текст).

Вчитель: Now let's answer some questions by filling in the table.

№	Question	Answer
1	What is this text about (in one sentence).	
2	What are the 5 main features of Ukrainians named by the author?	

3	What surprises the author the most?	
4	What, according to the author, is most important in Ukrainian culture?	
5	What does the author think about Ukrainian cuisine?	
6	What makes Ukrainian culture distinctive?	

(Учні пропонують власні відповіді на питання, допустимо заслуховувати пропозиції різних учнів та обирати найбільш коректну).

5. Пошук відповідностей.

Вчитель: There were different words in the text. But in general, it is written in formal language. Let's try to find informal analogues to the literary norm.

We need to split into 3 groups. The task for the first group will be nouns; the second group will work with verbs; the third group can only work with constructions with adjectives.

Find 5 words in your category. Write them out. Use a dictionary of colloquial expressions to find the equivalent of slang English for them (or the closest synonym).

You will have 10 minutes for this task.

6. Пояснення домашнього завдання.

Вчитель: Your homework will be to learn 15 new phrases from spoken English, as well as write an essay about Ukrainian cuisine, in which you use at least 5 of all the phrases.

7. Рефлексія.

Вчитель: And now - I ask you to rate the lesson on a scale from 1 to 10. Each rating over 5 will add 1 point on the overall scale, less than 5 - subtract one point. Let's see what we get in the end.

Why did you give this rating? What was helpful in our lesson? What should be changed? How?

8. Завершення уроку.

Вчитель: This concludes our lesson. Thank you for your productive work. See you soon!

Висновки до Розділу 3

Підводячи підсумки, зазначимо, що зміст навчання лексичного боку промови передбачає володіння лексичним мінімумом, що забезпечує можливість спілкування в побутовій та соціально-культурній сферах. Сутність відбору лексики, що виробляється у навчальних цілях, полягає в тому, щоб з безлічі слів, стійких словосполучень і мовних кліше, що входять до лексичного складу даного курсу, виділити ту частину, яка за своїм складом та обсягом відповідає цілям та умовам даного курсу навчання. Відібраний мінімум лексики повинен при цьому з достатньою надійністю забезпечувати розвиток мовних умінь і навичок, необхідних програмою, бути посильним для даного контингенту учнів у межах класу, сприяти вирішенню освітніх і виховних завдань.

Питання характері ознайомлення з продуктивною і рецептивною лексикою вирішується по-різному і зводиться переважно до двох альтернатив: 1) у процесі ознайомлення з новою продуктивною/рецептивною лексикою відмінностей не має, вони виникають лише в заняттях на етапі закріплення; 2) залежно від характеру володіння матеріалом як ознайомлення з ним, і закріплення повинні будуватися по-різному.

З метою розробки методичного забезпечення вивчення сленгу, розроблено та запропоновано план-конспект уроку англійської мови в 11 класі з вивчення сленгових виразів за темою «Ukraine is my home».

ВИСНОВКИ

Аналізуючи науково-теоретичну літературу, можна резюмувати, що сленг, будучи невід'ємною частиною мови та розвиваючись разом з ним, характеризується певним набором виразів та слів, що вживаються у різних соціальних групах. Сленг відрізняється від літературної, загальноприйнятої мови та використовується як атрибут неофіційного спілкування в сучасному світі.

Походження сленгу в англійській мові пов'язане з Середньовіччям, але достеменно століття зародження сленгу на сьогодні залишається невідомим. Основними причинами появи сленгу були соціально-диференційна та професійно-ідентифікативна.

Резюмуючи різні погляди дослідників на функції сленгу, їх було узагальнено до наступних: функція ідентифікації, комунікативна функція, емоційно-експресивна функція, оціночна функція, маніпулятивна функція, творча функція.

При цьому, встановлений недолік розкриття функціонування сленгу в інтернет-дискурсі, що потребує подальших лінгвістичних досліджень з боку науковців.

Отже, статус Інтернет-дискурсу, як окремого типу дискурсу та нової форми комунікації, підтверджується його специфічними рисами, зумовленими середовищем його функціонування, новими мовними формами та домінуючою роллю Інтернету в житті сучасного суспільства.

В результаті дослідження специфіки комунікації в інтернет-дискурсі на лексичному рівні виявлено, що в середовищі інтернет-користувачів, так само як і в рамках будь-якої іншої соціальної групи, згодом формується характерний сленг, що виконує функцію ідентифікації. Як засоби виразності в інтернет-дискурсі, зокрема, у формації твіттер-комунікації, широко використовуються такі лексичні засоби, як неологізми та сленгові одиниці.

Лексичні властивості інтернет-дискурсу мають максимально яскраву індивідуальність, яка виражається як у наборі лексичних одиниць, так і в їх кореляції та функціонуванні. У мові відзначається формування особливої лексичної підсистеми із власними мовними особливостями та специфічними соціокультурними характеристиками.

До лексичних засобів виразності інтернет-дискурсу можна віднести використання переносного значення слова, а також використання лексем із певних лексичних груп. Слід зазначити, що нині в інтернет-дискурсі наголошується вкрай активний процес словотвору, словотворчості. Користувачі сервісу Twitter створили власний грайливий та іронічний сленг на основі назви самого сервісу.

Виходячи з зазначеного, найбільш поширеною формою словотворення є неологізми (26%). Причиною поширення явища неології саме серед інтернет-комунікації може бути намагання користувачів творчо назвати поняття та явища, які виникають. Особливо це стосується соціально-психологічних, емоційних та суспільних процесів, як видно з прикладів.

Другою за кількістю прикладів є група словоскладання (17%), і причиною її частотного переважання ми бачимо власне склад англійської мови, яка належить до групи германських мов, а, отже, схильна до словотворення шляхом поєднання основ іменників. Такий процес дозволяє як створювати нові номінації, так і поєднувати значення слів, з основ яких утворюється нове, сленговане.

Третя за кількістю випадків є група усічень – 15%. Це не викликає здивування, адже сам процес інтернет-комунікації потребує стислості як у просторі, так і у часі від користувачів. Пропуск закінчень чи спеціальне відкидання частини слова влучно реалізують таку мету у процесі комунікації онлайн, а, отже, є продуктивною моделлю для появи сленгу.

В однаковій кількості випадків представлені аббревіація, афіксація та еративи – 14%. Причиною таких показників можуть бути більш складна

природа кожного із процесів, що не дозволяє кожному користувачеві утворювати нові слова таким способом словотворення.

Підводячи підсумки, зазначимо, що зміст навчання лексичного боку промови передбачає володіння лексичним мінімумом, що забезпечує можливість спілкування в побутовій та соціально-культурній сферах. Сутність відбору лексики, що виробляється у навчальних цілях, полягає в тому, щоб з безлічі слів, стійких словосполучень і мовних кліше, що входять до лексичного складу даного курсу, виділити ту частину, яка за своїм складом та обсягом відповідає цілям та умовам даного курсу навчання. Відібраний мінімум лексики повинен при цьому з достатньою надійністю забезпечувати розвиток мовних умінь і навичок, необхідних програмою, бути посильним для даного контингенту учнів у межах класу, сприяти вирішенню освітніх і виховних завдань.

Питання характері ознайомлення з продуктивною і рецептивною лексикою вирішується по-різному і зводиться переважно до двох альтернатив: 1) у процесі ознайомлення з новою продуктивною/рецептивною лексикою відмінностей не має, вони виникають лише в заняттях на етапі закріплення; 2) залежно від характеру володіння матеріалом як ознайомлення з ним, і закріплення повинні будуватися по-різному.

З метою розробки методичного забезпечення вивчення сленгу, розроблено та запропоновано план-конспект уроку англійської мови в 11 класі з вивчення сленгових виразів за темою «Ukraine is my home».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аксютіна О. В. Про семантичну інтеграцію запозичень з мов автохтонного населення в англійській мові США. Вісник СумДУ. Суми. 2017. № 2. С. 78-79.
2. Андрусак І. В. Спосіб життя та дозволя: фрагмент концептуального аналізу англійських неологізмів кінця XX століття. Вісник Запорізького національного університету Серія «Філологічні науки» : збірник наукових праць. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2010. 282 с.
3. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов: посібник для переклад. відділень вузів. Вінниця : Нова Книга, 2013. 160 с.
4. Гладка О. В. Особливості утворення фонологічних неологізмів в англійській мові. Острог. 2013. №39. С. 21–23
5. Головка О. М. Неологізми і процеси розвитку мови. Нова філологія : збірник наукових праць. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2009. № 33. С. 203–207.
6. Головка О. М. Роль екстралінгвальних чинників у формуванні англомовних темпоральних інновації. Нова філологія : збірник наукових праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2012. № 50. С. 34–39.
7. Горошко О. І. Гендерні аспекти інтернет-комунікацій: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. соціол. наук : спец. 22.00.04 – "Спеціальні та галузеві соціології.". Харків. 2019. 35с.
8. Громовенко В. В. Особливості словотворення неологізмів в англійському політичному дискурсі. Молодий вчений. Одеса. 2016. №4. С. 358–361.
9. Гусак І. П. Структура та прагматика фрагментованих лексичних одиниць у сучасній англійській мові (на матеріалі мови мас-медіа) :

- автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Львів, 2015. 22 с.
- 10.Дерега С. В. Особливості функціонування неологізмів в англomовній рекламі. Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер. : Філологічні науки (мовознавство). Дрогобич. 2017. № 8. С. 71-75.
 - 11.Дзюбіна О. І. Диференціальні ознаки неологізмів і okazіоналізмів (на матеріалі художньої літератури та інтернет-реклами англійської мови). Вісник ЛНУ ім. І. Франка. Сер. : іноземні мови. Львів. 2014. Вип. 22. С. 85–89.
 - 12.Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж twitter та facebook (на матеріалі англійської мови). : дис. канд. філ. наук : 10.02.04. Львів, 2016. 201 с.
 - 13.Ємчура Н. Р. Типологія неологізаційних процесів у лексиці сучасної чеської мови. Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті академіка Леоніда Булаховського. Львів. 2012. №19. С. 44–52.
 - 14.Зацний Ю. А. “Внутрішні” запозичення сучасної англійської мови // Вісник СумДУ. Суми. 2016. №11. С. 28-29.
 - 15.Зацний Ю. А. Шляхи і способи збагачення сучасної розмовної лексики англійської мови. Нова філологія : збірник наукових праць. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2019. № 34. С. 189–195.
 - 16.Зацний Ю. А., Федоренко О. О. Демографічні неологізми англійської мови. Вісник Запорізького державного університету. Серія «Філологічні науки» : збірник наукових статей. Запоріжжя : ЗДУ, 2015. 156 с.
 - 17.Зацний Ю.А. Неологізми англ. мови 80-90х років ХХ століття. Запоріжжя :РА “Тандем-У”; 2017. 396 с.
 - 18.Землякова О. О. Лінгвостилістичні характеристики жанру англomовного корпоративного блогу: автореф. дис. на здобуття наук.

- ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови". Харків. 2010. 22 с
- 19.Карпіловська Є. А. Тенденції розвитку сучасного українського лексикону: чинники стабілізації інновацій. Українська мова. Львів. 2017. № 4. С. 3–15.
 - 20.Клименко О. Л. Субкультури американського суспільства та розвиток словникового складу сучасної англійської мови. Вісник СумДУ. Суми. 2015. № 6 (78). С. 4.
 - 21.Коваленко К. Г. Продуктивні способи утворення нових слів у сучасній англійській мові. Актуальні проблеми сучасної медицини. Полтава. 2013. № 4. С. 211–214.
 - 22.Ковтун К. В. Образование и функционирование неологизмов в современном английском языке. Нова філологія : збірник наукових праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. № 27. 333 с.
 - 23.Колеснікова І. А. Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні параметри професійного дискурсу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство». Київ, 2009. 33 с.
 - 24.Колоїз Ж. В. До питання про диференціацію основних понять неології. Вісник Запорізького державного університету. Запоріжжя. 2012. № 3. С. 20–24.
 - 25.Куш Е. О. Англійські політичні неологізми як перекладацька проблема. Проблеми семантики слова, речення та тексту : Київ. нац. лінгв. ун-т. Н.М. Корбозерова. К. : Вид. центр КНЛУ, 2010. Вип. 13. С. 220–228.
 - 26.Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка. Житомир. 2015. № 23. С. 16–21.
 - 27.Міністерство освіти та науки України. Електроний ресурс. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua>

28. Мурко І. І. Зміни в повсякденному житті носіїв американського та британського національних варіантів і поповнення словникового складу сучасної англійської мови. Вісник СумДУ. Суми. 2012. № 4. С. 139.
29. Неологія англійської мови: опорний конспект лекцій для студентів напряму підготовки 7.02030304. «Переклад». Уклад. З. М. Корнєва. Київ : НТУУ «КПІ», 2017. 32 с.
30. Ніколаєнко А. Г. Лексикологія англійської мови – теорія і практика. Вінниця : Нова книга, 2017. 528 с.
31. Остафійчук О. Д. Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Філологія. Соціальні комунікації. Київ. 2020. №3. С. 157–160.
32. Погоріла А.І. Особливості функціонування неологізмів у молодіжному мовленні. Молодий вчений. Одеса. 2017. №4. С. 208-211.
33. Рубанець Т. В. Основні словотворчі моделі конверсії: дослідження англословної лексики на лексикографічній базі. Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича. Чернівці. 2012. С. 152–154.
34. Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля ; Київ, 2016. 712 с.
35. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [на матеріалах суч. газетн. публіцистики]: монографія. Київ, 2012. 392 с.
36. Сліпецька В. Д. Англословна термінологія штучного інтелекту (досвід лінгвостатичного аналізу). Вісник Київського нац. лінгвіст. ун-ту. Серія «Філологія». Київ. 2016. Т. 9. №2. С. 91–9.
37. Твітер. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://twitter.com/>
38. Фіголь Н. М., Кібальник Р. В. Функціонування неологізмів у сучасному медіа-тексті. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. Київ. 2011. № 23. С. 31-40.

- 39.Чумак Л. М. «Нові» слова як особливість розвитку сучасної англійської мови. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Житомир. 2016. С. 229– 231.
- 40.Шевченко І.С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : кол. монографія. Харків : Константа, 2015. С. 105–117.
- 41.Шклярук Г.О. Інтенсифікація навчання іноземної мови з використанням комп'ютерних технологій. Англійська мова та література. Кривий Ріг. 2016. Серпень. № 22-23. С. 2-4.
- 42.Шкуліпа Ю. С. Основні способи перекладу неологізмів публіцистичного стилю з англійської мови українською. Актуальні проблеми філології : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Одеса, 22–23 вер. 2017 р. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2017. С. 91–93.
- 43.Шутова М. О. Неологізми в сучасній англійській мові. Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія. Київ. 2010. № 21. С. 79-85.
- 44.Cohen, A. The methods behind What's News? Power-point presentation for the What is News? Conference, Syracuse University. New York, 2012.
- 45.Coleman J. The Life of Slang. Oxford: Oxford University Press. Oxford. 2012. 368 p.
- 46.Crystal D. Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, Cambridge. 2014. 272 p.
- 47.Hallday M.A.K. Linguistic Function and Literary Style. In: Explorations in the Functions of Language. London, 2014. P. 107.
- 48.Kluver, R. Globalization, Informatization, and Intercultural Communication. American Communication Journal. Vol. 3. Issue 3. May 2010.
- 49.Marshall McLuhan, Textelese, Editura Nemira. București, 2016. P. 112.

50. Taddicken M. The 'Privacy Paradox' in the Social Web : The Impact of Privacy Concerns, Individual Characteristics, and the Perceived Social Relevance on Different Forms of Self-Disclosure Communication. Journal of Computer-Mediated. 2014. Vol. 19(2). P. 248–273.

ДОДАТОК А: ПЕРЕЛІК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

Приклади аббревіації

1. Abt (about) – навколо, про, щодо, і т.д.
2. ADL (all day long) – весь день безперервно
3. Aon (all or nothing) – все або нічого
4. Ayd (are you done?) – ти закінчив?
5. Ayfr (are you for real?) – Ти серйозно?
6. Aykm (are you kidding me?) – Ти мене розігруєш?
7. B2w (back to work) – повертаюся до роботи
8. BRB (be right back) – також має значення скоро повернуся
9. BTW (by the way) – до речі
10. Cmplctd (complicated) – заплутано
11. Cmptr, CPU (computer) – комп'ютер
12. FTF (face to face) – віч-на-віч
13. IDK (I don't know) – я не знаю
14. IDKWTD (I don't know what to do) – я не знаю що робити
15. IG (Instagram) – Інстаграм, програма, що дозволяє обмінюватися фотографіями та відеозаписами з елементами соціальної мережі.
16. ILY, ILU (I love you) – я тебе люблю
17. IMO (in my opinion) – на мою думку
18. Jk (just kidding) – жартую
19. K, ok (okay) – добре, добре
20. PPD (post party depression) – ранок після вечірки, коли людина відчувається погано після випитої великої кількості алкоголю, і

переживає за те, що в такому стані міг наговорити чи зробити щось погане, що могло б образити чи зачепити когось.

21.TMI (too much information) – надто багато інформації

22.TTYL (talk to you later) – поговоримо пізніше

23.WNTT (we need to talk) – нам треба поговорити

24.WTH (what the hell) – що за нісенітниця

Приклади усічення:

1. Abs (abdominals) – черевний прес

2. Acc (account) – акаунт

3. Amin (administrator) – адміністратор

4. Anon (anonymous) – анонімний користувач

5. Apoc (apocalypse) – апокаліпсис

6. App (application) – додаток

7. Awk (awkward) – незручна ситуація

8. Bro (brother) – брат. Мається на увазі не найближчий кровний родич, а добрий друг.

9. Cam (camera) – фотокамера

10.Cig (cigarette) – сигарета

11.Cuz (because) – тому що, тому що, через

12.Dat (that) – цей, той, та, і т.д.

13.Fab (fabulous) – приголомшливий, класний

14.Fave (favourite) – улюблений, кращий, улюблений

15.Gram (Instagram) – соціальна мережа Інстаграм

16.Hols (holidays) – канікули, святкові дні, вихідні

17.Lil (little) – для позначення чогось чи когось то маленького за розміром, віком.

18.Marv (marvelous) – дивовижний, дивовижний

19.Min (minute) – хвилинка

20.Pic (picture) – фотографія, картинка

- 21. Sis (sister) – сестра. Може позначати як найближчого родича, так і близьку подругу.
- 22. Smth (something) – щось, щось на зразок, тощо.
- 23. Tho (though) – хоча, проте
- 24. Tom (tomorrow) – завтра
- 25. Vid (video) – відеозапис, відео.

Приклади словоскладання:

1. Appoholic (application + alcoholic) – залежна людина, яка постійно скачує програми, найчастіше марні, які він використовує один чи два рази, а потім забуває. Найчастіше це стосується дітей, у яких є планшети та мобільні телефони.
2. Avgeek (aviation + geek) – людина, яка цікавиться авіацією
3. Bodylapse – серія фотографій, знятих у процесі змін тіла, таких як: вагітність, зниження ваги та бодібілдинг. За допомогою цих фотографій люди показують свій прогрес.
4. Brofie – різновид селфі, зроблений з друзями
5. Bromance (brother + romance) – близькі дружні стосунки між двома друзями
6. Bropinion (brother + opinion) – думка вашого доброго друга
7. Chickenatarian (chicken + vegetarian) – людина, яка не їсть ніякого м'яса, окрім курячого.
8. Cinderfella (Cinderella + fellow) – молода людина, яка має бути вдома до півночі, не важливо з якоїсь причини, адже якщо вона не прийде, то зіткнеться з серйозними наслідками.
9. Crackberry (crack + blackberry) – людина, яка постійно користується телефоном марки «Blackberry».
10. Crosstext – має значення помилково надсилати повідомлення не тому користувачеві під час одночасного листування з кількома користувачами.

11. Cyberloafing – використання доступу до Інтернету працівниками організації в особистих цілях у робочий час. Норма 21 ст.
12. Dadmire (dad + admire) – захоплюватися чиймись батьківськими якостями; шанувати когось, як образ справжнього батька.
13. Datenapping – коли ви знаходитесь на побаченні з настільки нудною і нецікавою людиною, що засинаєте з відкритими очима.
14. Deerfave – так називається дія, коли ви, переглядаючи чийось сторінку в соціальній мережі, ненароком натискаєте кнопку «мені подобається» у запису, яка була зроблена два роки тому, тим самим показуючи, наскільки далеко ви переглянули його записи.
15. Dreamathon (dream + marathon) – стан, у якому людина знову і знову вимикає будильник, щоб поспати ще трохи.
16. Dunch (dinner + lunch) – вже не обід, та ще й не вечеря. Наприклад, якщо людина не встигла поїсти в обід, і вже часу 3 години дня, до вечері ще далеко, а обід уже пройшов. Щось середнє називають dunch.
17. Dunno (don't know) – не знаю
18. Fantabulous (fantastic + fabulous) – щось настільки приголомшливе, що навіть краще, ніж приголомшливе. Фантастично приголомшливе.
19. Fauxbola (faux + Ebola) – так жартома говорять про захворювання людини, яка чхає або кашляє.
20. Fauxgiene (faux + hygiene) – означає несумлінно вимиті руки, без мила, найчастіше, коли людина це робить не з власної волі, а під соціальним тиском, начебто йому насправді до цього є справа.
21. Fauxhawk (faux + mohawk) – популярна чоловіча стрижка, полегшений варіант ірокезу.
22. Flatform – так називається взуття на товстій плоскій платформі.
23. Friendscaping – видалення деяких друзів зі списку різних соціальних мережах.
24. Froyo (frozen + yoghurt) – заморожений йогурт
25. Gotta (have to/got to) – мусить зробити щось

- 26.IGfam (instagram + family) – спільнота користувачів «Instagram», об'єднаних однією загальною тематикою, інтересами; всі ваші підписники.
- 27.Kidcessory (kid + accessory) – дитина знаменитості, яку беруть із собою тільки для привернення уваги як аксесуар.
- 28.Manbecue (man + barbeque) – більш чоловічий різновид барбекю. Відмінність полягає у повній відсутності будь-яких овочів, тільки пиво, м'ясо та гучна музика.
- 29.Mehkay (meh + okay) – посередньої якості, щось середнє між «добре» та «насилу терпимо».
- 30.Movember (moustache + November) – щорічна акція. Починаючи з 1 листопада до 1 грудня, учасник акції не має права голитися, оскільки саме борода та вуса є ходячою рекламою та особою акції. Закордоном ця акція має не простий характер. Це акція, спрямована на збирання засобів для вивчення та боротьби з раком простати та іншими чоловічими захворюваннями.
- 31.Muffintop – жирові складки Netizen (Internet + citizen) – «громадянин/мешканець» інтернету, активний інтернет-користувач
- 32.Nexterday (next + yesterday) – післязавтра
- 33.Phablet (phone + tablet) – смартфон, екран якого більший, ніж у звичайного смартфона, але менше розмір планшетного ПК.
- 34.Pokerface – інтернет-мем, що відображає повну незворушність. Poker face – це стара ідіома, яка має значення безпристрасної особи, яка нічого не виражає, характерно для гравця в покер. За таким виразом обличчя неможливо визначити, хороші чи погані карти у гравця, а також розпізнати він блефує, чи ні.
- 35.Sadventure (sad + adventure) – захід, який мав відбутися добре, але насправді все виявилось навпаки, через якісь обставини, або через групу людей, які були не в настрої.

36. Selfiebombing (selfie + photobombing) – мистецтво псувати чийсь селфі, з'являючись на задньому плані якраз у той момент, коли вони натискають на кнопку «зробити знімок».
37. Selfieconscious – почуття страху, що люди дивитимуться, коли хтось намагається зробити селфі в громадському місці
38. Shoefie (shoes + selfie) – селфі черевиків/туфель
39. Sitcom (situation + comedy) – ситком, ситуаційна комедія
40. Slowpoke – інтернет-мем, що позначає повільно думаючої людини.
41. Sokay (it's okay) – все гаразд
42. Sup (what's up) – як справи, що відбувається, що сталося
43. Textretary (text + secretary) – людина, яка набирає повідомлення за того, хто веде машину.
44. Trollface – інтернет-мем, зображення обличчя з хитрою, зловтішною та самовдоволеною посмішкою. Чому саме таке обличчя? Тому що передбачається, що обличчя «жартівника» у дії виглядає саме так.
45. Voicemail – голосова пошта, засіб зв'язку, коли одна людина не може відповісти на дзвінок, а іншій людині потрібно сказати щось важливе.
46. Voluntease (volunteer + ease) – людина, яка постійно погоджується на благодійну роботу, але зрештою не виконує своєї угоди, часто вигадуючи причини відмови в останній момент.
47. Wantrepreneur (want + entrepreneur) – людина, яка постійно думає про те, щоб стати підприємцем чи розпочати якийсь бізнес, але ніколи нічого для цього не робить.
48. Whappened (what + happened) – що сталося
49. Yogalates (yoga + pilates) – йогалатес – симбіоз двох методик

Приклади афіксації:

1. Addy (address) – адреса
2. Avie, avy (avatar) – аватар, фотографія профілю користувача соціальної мережі
3. Bestie (best friend) – краща подруга

4. Burgerista – людина працює в ресторані швидкого харчування
5. Celly (cell phone) – мобільний телефон
6. Fashionista – людина, зосереджена на стилі, що стежить за останніми трендами.
7. Homie (homebody) – свій хлопець/своє дівчисько
8. Hubby (husband) – чоловік
9. Internetting – користування Інтернетом.
10. Noness – використовується як вигук, для чогось, що ви знаходите несправедливим, шокуючим.
11. Nonism – концепт, коли людина виступає проти всього.
12. Selfie – фотографія себе в дзеркало, або з відстані витягнутої руки
13. Usie – різновид селфі. Груповий selfie з друзями.
14. Wikipedant – людина, яка надмірно стурбована перевіркою найдрібніших деталей у Вікіпедії.

Приклади еративів:

1. Awl – замість all
2. Bai – замість bye
3. Bruh, broseph – замість brother
4. Bukket – замість bucket
5. Buszay – замість busy
6. Butiful – замість beautiful
7. Cuz – замість because
8. Da – замість the
9. Dat – замість that
10. Dho – замість though
11. Geez – замість Jesus
12. Gud – замість good
13. Hav – замість have
14. Jeenyus – замість genius
15. Lawl – замість lol

- 16. Luv – замість love
- 17. Ma – замість my
- 18. Ov – замість of
- 19. Picsher – замість picture
- 20. Teh – замість the
- 21. Wut - замість what

Приклади неологізмів:

1. Anglo- klaxon – так називають гучних англомовних людей, зазвичай американців.
2. Bisurean – так у Мережі називають стосунки між м'ясоїдами та вегетаріанцями
3. Birth vegan – так називають людину, яка ніколи не їла м'яса. Вегетаріанець від народження.
4. Car sandwich – так називають ситуацію, в якій машина застряє між двома великими вантажівками, трейлерами тощо, на дорогах із однією смугою. Часто таке трапляється у промислових районах, в зонах будівництва.
5. Closet psycho – коли ви починаєте з кимось зустрічатися, і людина вам здається нормальною, але з часом, ви помічаєте, як всі його недоліки, які він намагався приховати, спливають назовні.
6. Columbusing – коли хтось заявляє, що відкрив щось нове, що вже існувало упродовж кількох років, десятиліть чи навіть століть.
7. Comfort zone – так звана зона, створена людиною, за межі якої він боїться виходити, боїться пробувати щось нове та незвичайне. Як то кажуть – «успіх лежить за межами нашої комфортної зони».
8. Contact sad – зіпсований настрій від негативних коментарів користувачів.
9. Crub shame – почуття, яке відчуває людина, що залишилася чекати зеленого сигналу світлофора, у той час як інші перейшли дорогу на червоний завдяки відсутності машин.

10. Defensive eating – поглинання їжі, щоб вона не дісталася іншим.
11. Digital detox – час, який людина присвячує реальному, а не віртуальному світу, а також уникає використання різних гаджетів, наприклад телефон або комп'ютер.
12. Duck face – дослівно «качине обличчя», різновид селфі, на якому губи випинаються вперед, як би нагадуючи качиний дзьоб, у зв'язку з чим і отримало цю назву.
13. Easy like – так у соціальних мережах називають друзів, які завжди ставлять «лайки» на фотографії, записи, коментарі, можливо, навіть не читаючи їх, і незалежно від того, подобаються вони їм чи ні.
14. Freshman at life – так називають людину, яка просто не розуміє, що вона робить у цьому житті. У таких людей немає здорового глузду, і вони постійно ставлять дурні питання, такі як «як мені випрати речі» або «що таке банківське обслуговування через Інтернет»
15. Froday – це день, коли людина нарешті розуміє, що йому пора вже підстригтися.
16. Give it a goog – пошук у «Гуглі» відповідей на запитання; коли сумніваєшся у правильності відповіді питання.
17. Gloatgram – пост в Інстаграм, що показує, наскільки гарне життя автора. Зазвичай це фотографії мандрівок, дорогих речей, їжі.
18. Google University – феномен соціальних мереж, коли коментатор прагне продемонструвати свої знання, отримані шляхом пошуку у Google. У цієї людини немає спеціалізованої освіти в цій галузі, але вона відчайдушно використовує непідтверджені дані з онлайн-джерел, щоб довести свою правоту з цього питання.
19. Hashtag abuser – людина, яка зловживає використанням хештегів. Найчастіше це проявляється в тому, що зміст запису набагато менше, ніж кількість хештегів у ньому.

- 20.iFinger – палець, який залишають чистим для того, щоб можна було продовжувати користуватися смартфоном або планшетом, не забруднивши його.
- 21.Illegal scrolling – коли хтось дає вам свій телефон, щоб показати вам якусь фотографію чи запис, а ви прогортаєте ліворуч/праворуч або вгору/вниз без дозволу на це.
- 22.Instagram prime time – час дня, під час якого Інстаграм найбільш активний. Наприклад, завантажуючи фотографії увечері, у вас є можливість отримати більше «лайків» майже відразу, ніж вдень.
- 23.Internet bambi – користувач, якого назвали на честь Уолта Діснейського персонажа Бембі, за свою наївність. Часто ця людина стає жертвою інтернет-тролів.
- 24.Like shock – отримання несподівано великої кількості лайків до фотографії, запису чи коментарю.
- 25.Lost in textation – незручна ситуація, у якій людина втрачається у сенсі тексту повідомлення. У такій ситуації те, що було сказано жартома, може сприйматися як образа.
- 26.Me time – час, який людина присвячує собі самому, а не роботі, або вирішенню проблем інших людей.
- 27.Morning selfie – коли хтось завантажує фотографію себе вранці в будь-яку із соціальних мереж, але перед цим приймає душ і робить макіяж. Потім вони роблять селфі, ніби показуючи, що вони щойно прокинулися.
- 28.Nicholas Cage syndrome - однаковий вираз обличчя, незалежно від того, які б емоції ви не відчували.
- 29.Office hit list – список людей, з якими людина працює, і яких би їй хотілося вбити. Але, звісно ж, він цього не зробить, адже не є вбивцею.
- 30.Potato quality – використовується для опису низької якості відеозапису.
- 31.Selfie stick – штатив (палиця) для селфі, необхідний для того, щоб зробити фото самого себе з дальшої відстані, ніж відстань витягнутої

- руки, з метою охоплення більшої кількості людей у кадрі або великої панорами заднього плану.
32. Selfie-conscious – почуття страху, що люди дивитимуться, коли хтось намагається зробити селфі в громадському місці
33. So much pore – виражає крайній ступінь незгоди/невдоволення чи небажання стосовно чогось.
34. Story vomit – затягнута, нудна, нудотна, нецікава розповідь історії з чиєїсь життя.
35. Swag – це слово не має єдиного перекладу. Це узагальнююче поняття з широким спектром значень, починаючи від бездоганного стилю в одязі, і закінчуючи «нешкідливим випендрежем».
36. Throwback Thursday – феномен у соціальних мережах, коли щочетверга користувачі викладають фотографії, зроблені давно. Сьогодні, в англomовних соціальних мережах використовують не тільки Thursday (четвер) як день тижня, коли можна викласти фото з минулого, а будь-який день, наприклад: Throwback Sunday, і т.д.
37. Transformation Tuesday – мотивація людей на заняття спортом, стежити за своїм тілом, харчуванням та здоров'ям. Під такими хештегами викладають фотографії «до» і «після» змін, що відбулися в тілі, показуючи тим самим, як люди, завдяки своїй силі волі, досягли намічених результатів.
38. Trolling – в Інтернеті має значення постінг провокаційних повідомлень з метою викликати хвилю флуду, негативної реакції. Найчастіше користувачі, які займаються тролінгом, зачіпають за живе або наступують на мозоль своїм жертвам, найчастіше якими є фанати чогось, або когось.
39. Trucker's arm – коли одне передпліччя засмагліше за інше. Цей феномен пов'язаний з тим, що одна сторона тіла завжди знаходиться ближче до вікна автомобіля, ніж інша. У зв'язку із цим така назва.

40. Twerk – напрямок у танці, в якому активно використовується робота сідниць, стегон, живота та рук.
41. Twenty four hour ice – коли ви злі на свою «другу половинку» і не спілкуєтеся з нею вже добу.
42. Unkeyboardinated – людина, яка може набирати текст без постійних помилок, з фізичної чи ментальної координації.
43. Verbal punches – говорити щось, щоб образити
44. Wash the cat – помити кота. Відмовка, яка використовується для того, щоб не піти на якусь зустріч чи побачення.
45. Whoopsie wave – так називається дія, коли ви вітально махаєте своєму знайомому, а інша людина помилково перехоплює, і махає вам у відповідь, ніби ви махали йому.

ДОДАТОК Б: ТЕКСТ ДЛЯ УРОКУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Ukraine and the Ukrainians.

Ukraine has its distinct identity, interesting traditions and original culture. Certain customs and traditions play important role in the life of the Ukrainian people.

Ukrainians used to wear embroidered blouses and shirts (vyshyvankas) from time immemorial. They put them on mostly on special occasion such as wedding, religious holidays, family parties. In our days embroidered shirts, blouses and dresses are very popular and embroidered elements are important fashion items in Ukraine and beyond. World famous brands, from Valentino to H&M use elements of Ukrainian embroidery in their collection.

Ukrainian cuisine is of great interest. When you come to any party, you will be impressed with the diversity of food on the festive table. One can taste meat and fish dishes, delicious vegetable and fruit salads, jellied meat, fish and fruit, and of course, plenty of domestic bakery. But Ukrainians do not overeat. Their diet is healthy and modest, Ukrainians are not obese, the obesity rate is at about 20 per cent. It means that Ukraine is not even in the top 30 in the world and is far below most Western countries' rate.

Ukrainians are very hospitable. They treat their guests with great respect and receive them in a very friendly atmosphere..Though they are not open and smiling with strangers , as Americans are, in reality, Ukrainians are affectionate and welcoming to people around, they love large noisy gatherings, where one can make friends, chat , dance and sing different songs.

Ukrainians are flashy. So when Ukrainian people dress up, they go all out. High heels, glittery skirts, fur coats on ideally made-up girls and the latest in crisp, bright fashion on guys are the modern characteristic of the Ukrainian youth. Ukrainian women always look as if they stepped out of a fashion magazine. Ukraine is ranked among the top 10 countries in the world in terms of the beauty of its women, who are proud of their femininity and dress accordingly. Sweatpants and hoodies are not the common clothes for them to wear.

People in Ukraine have a lot of superstitions: black cat, crossing the street with empty bucket etc. Though most Ukrainians do not believe these things, they still sit down before a long journey , knock on the wood, try not to go on after empty bucket. Also Ukrainians have many symbols and rituals originated since ancient times: Easter bread, pysanka, celebration of the Cristmas Eve, the Trinity Day etc

Ukraine is the country of sunflowers stretching in the fields of the eastern part of the country. It is the country of beautiful women, picturesque landscapes, delicious cuisine and friendly people.