

спеціальностей на ПСН. Середній показник в обох експериментальних групах підвищився. Більш ефективним виявився варіант Б методики, за яким студенти виконували комп'ютерні вправи та завдання для формування АЛК на всіх етапах експериментального навчання.

Таким чином, результати експериментального навчання дозволяють нам стверджувати, що запропонована нами методика виявилась ефективною для успішного формування лексичних навичок на рівні, визначеному в чинній програмі.

**Висновки.** Спираючись на отримані дані, можна зробити висновок, що обидва варіанти запропонованої методики формування АЛК у студентів лінгвістичних спеціальностей на ПСН виявилися ефективними: показники в обох групах підвищилися. Таким чином, отримані результати експериментального дослідження підтвердили висунуту гіпотезу про те, що досягти високого рівня сформованості АЛК у читанні у студентів лінгвістичних спеціальностей на ПСН можна за умов: 1) поетапної організації процесу формування зазначеної компетентності; 2) застосування розробленої підсистеми вправ з використанням спеціально відібраного навчального матеріалу; 3) експериментального виявлення більш ефективної послідовності використання вправ на дотекстовому, текстовому та післятекстовому етапах формування зазначеної компетентності. Перспективою досліджень може стати формування АЛК студентів в аудіюванні.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гладкий М. Наша газетна мова (фотопередрук з післясловом Олекси Горбача). – Мюнхен, 1992. – 175с.
2. Ляховицький М.В. Методика преподавания иностранных языков: Учеб. пособие для филол. фак. вузов. – М.: Высш. школа, 1981. – 159с.
3. Гурвич П.Б. Теория и практика эксперимента в методике преподавания иностранных языков (спекурс) – Владимир, 1980. – 104 с.

*Печена К.*

*Науковий керівник – проф. Задорожна І. П.*

### СЛЕНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ АМЕРИКАНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

Демократизація суспільства, нові віяння в культурі, соціальний розвиток, технічний прогрес і поширення маскультури мають значний вплив на мову. Це зумовило появу в ній великої кількості таких молодіжних новотворів, як сленгізми. Саме сленг відіграв важливу роль у формуванні “американського мовного стандарту” [5, с. 166], тому американська літературна норма стала більш відкритою для одиниць розмовного мовлення, зокрема сленгу, який дослідники вважають “одним із джерел поповнення лексики американського варіанту англійської мови і одним з елементів американської культури” [7, с. 184]. Існування сленгових утворень доводить, що мова залишається динамічною системою, яка постійно живе та розвивається.

**Мета** статті полягає у дослідженні популярності сленгових слів та виразів серед американської молоді та аналізі основних типів сленгізмів.

*Сленг* – це використання розмовних слів та виразів, які не належать до стандартної літературної мови [6, с. 20]. Це емоційно-забарвлена лексика, яка поповнює загальнонародну мову новими словами.

Сленг є досить поширеним явищем розмовної мови серед різних прошарків населення. Люди завжди використовували сленгові слова та вирази для того, щоб урізноманітнити мовлення та надати мові образності. Одні сленгізми швидко виходять з вжитку, інші ж використовуються протягом століть. Кожному поколінню властива своя сленгова мова. На сьогоднішній день сленг стає все більш популярним та відіграє важливу роль у повсякденному дискурсі американської молоді.

Молодіжний сленг властивий кожній мові, він розкриває її національно-культурну специфіку та самотніть, найбільш жваво реагує на події життя та відображає нові явища.

Спілкування для молоді завжди було і залишається найважливішою сферою життєдіяльності. Часто мова сучасної молоді викликає обурення батьків, учителів та особливо представників старшого покоління. За даними останніх досліджень ступінь використання сленгової лексики перевищує 50% серед хлопців та 33% серед дівчат, тобто молодіжний сленг наполовину витіснив літературні вирази [4, с. 58].

О. В. Алимova зазначає, що американський молодіжний сленг почав активно розвиватися у середині XIX століття, однак існують припущення, що такий мовний феномен існував ще в часи Середньовіччя [2, с. 145].

На думку С. Б. Флекснера, молодь є найактивніше створює сленг, адже саме молоде покоління активно відкидає те, що віджило та придумує нове.

Молодіжний сленг виникає як протест проти старшого покоління, одноманітності повсякденної мови, встановлених мовних штампів. Сленг наче дзеркало відображає усі зміни в суспільстві. Сленгізми виникають у невимушеному, побутовому спілкуванні для позначення тих понять, що мають особливе значення в житті колективу. Молодь концентрується на власних реаліях, таких як зовнішність, навчання, відпочинок, дозвілля, розваги.

Молодь використовує сленгову лексику для того, щоб:

- самоствердитись;
- виділитись;
- підкреслити свою індивідуальність;
- проявити свою незалежність;
- завоювати популярність;
- бути оригінальним.

Сленгізми допомагають висловити свої думки, почуття та емоції. Також молодіжний жаргон – це певний пароль, що вказує на приналежність до “своїх”.

Сленг не є загальноприйнятим для усіх соціальних груп. Кожне угруповання має свою лексичну систему. Однак, можна виділити декілька найпопулярніших сленгізмів, які використовує американська молодь незалежно від приналежності до певної групи. Наприклад:

- **Props** – «респект» – виражає повагу, визнання.

Напр.: *I know he failed the test, but you've got to **give him props** for trying.* – Нехай він і не здав тест, але **респект** йому за те, що хоча б спробував.

- **Bottom line** – найголовніше.

Напр.: ***The bottom line** is we just don't have enough money for this.* – **Найголовніше** те, що нам не вистачає грошей на це.

- **Dig** – кайфувати.

Напр.: *Hey, I **dig** your new style. Where did you buy that T-shirt?* – Я просто **кайфую** від твого нового стилю! Де ти купив цю футболку?

- **Budge up** – звільняти місце, посуватись.

Напр.: *I want to sit down too, could you **budge up** a little, please?* – Я також хочу присісти, чи не могли б ви посунутись трохи?

- **Ace** – щось приголомшливе, дійсно щось класне.

Напр.: *Robert **aced** his physics exam!* – Роберт Роберт **блискуче** склав іспит з фізики!

- **All right?** – вираз означає «Привіт, як справи?»

Напр.: – **All right?** - **Ну, як воно?**

– *Good thanks, you **all right?*** – Все добре, дякую, **сам як?**

- **Blatant** – щось очевидне.

Напр.: *She's **blatantly** very annoyed, everyone can see it apart from you.* – Вона **явно** дуже роздратована, всі це бачать окрім тебе.

- **Cheers** – використовується коли піднімають бокал і промовляють тост – «Будьмо!»

Напр.: ***Cheers** everyone! Happy birthday to William!* – Ну, **будьмо здорові!** З Днем народження, Вільям!

- **Sod's law** – «закон підлості».

Напр.: – *I wore my pretty new dress, because it was a sunny day, but as soon as I stepped out of the house, it started raining, and I got completely soaked!* – Був сонячний день, тому я оділа плаття. Але як тільки я вийшла з дому, почався дощ і я промокла до нитки!

– *Oh, **Sod's Law!*** – О, цей закон підлості!

- **Cram** – зубрити.

Напр.: *I was so busy with my family before the exam, that I only had three days to **cram** for it!* – Я була така зайнята сімейними справами перед екзаменом, що мала лише три дні для того, щоб **визубрити!**

- **Nice one** – коли хтось робить щось по-особливому вражаюче.

Напр.: *I published my first book last year, and I've already started working on the sequel!* – Минулого року я опублікував свою першу книгу, і я вже працюю над продовженням!

***Nice one!** You're doing really well. – **Непогано!** Хороша робота.*

- **Faff** – тягнути kota за хвіст.

Напр.: *Come on, we have to go now. Stop **faffing**, we're going to be late!* – Давай, нам час йти. **Перестань тянути kota за хвіст**, ми запізнимось!

- **Gutted** – розчарований, подавлений.

Напр.: *I'm so **gutted** I failed my driving test, again!* – Я такий розчарований, я знову не склав іспит з водіння.

- **Peanuts** – дріб'язок.

Напр.: *I hate my job. I have to work such long hours, and I get paid **peanuts**.* – Ненавиджу свою роботу. Проводжу на ній стільки часу, а платять **копійку**.

*You should buy your clothes online. You can find some great designs **for peanuts!*** – Спробуй купувати одяг в інтернеті. Там можна знайти брендові речі за **безцінь!**

- **Haggle** – торгуватись.

Напр.: *The last time I went shopping with my mum, she was **haggling** for something that was already really cheap!* – Останнього разу, коли я ходила за покупками з мамою, вона почала **торгуватись** за річ яка і так вже була дешева!

- **Mate** – товариш, друг.

Напр.: *I'm going to the cinema with my **mates** tonight.* – Я сьогодні йду в кіно з **друзями**.

- **Easy peasy** – дуже легко.

Напр.: *I could make that for you, if you like? **It's easy peasy!*** – Я можу зробити це для тебе, хочеш?

**Це дуже легко!**

- **Cherio** – бувай.

Напр.: *I have to go now, see you soon. **Cheerio!*** – Мені вже час йти. Побачимось, **пока-пока!**

- **Zonked** – виснажений.

Напр.: *He had a lot of fun at his birthday party earlier, but he's completely **zonked** now!* – Він чудово повеселився на своєму дні народженні, але тепер він **дуже виснажений!**

- **Call it a day** – забудь про це.

Напр.: *It was such a bad day!* – Це був такий поганий день.

– **Call it a day! – Забудь про це!** [3, с. 59].

Сленг – це різновид мови, що широко використовується серед молоді у різних сферах життєдіяльності.

До основних типів сленгізмів належать слова, що:

- виражають схвалення;
- виражають незгоду;
- з негативним значенням;
- позначають анти-соціальну поведінку (наркотики, алкоголь, секс);
- з нейтральним значенням;
- з позитивним значенням;
- пов'язанні з технологіями (ігри, соціальні мережі, інтернет);
- пов'язанні з вечірками, танцями, музикою;
- виражають вітання та прощання;
- виражають звертання;
- інші [1, р. 60].

Сленг – це невід'ємна частина молодіжного життя. Майже уся молодь більшою чи меншою мірою вживає у своєму мовленні сленгові слова та вирази.

Проникнення сленгізмів до сучасної літературної англійської мови відбувається відносно швидко та інтенсивно. Популяризації сленгу значною мірою сприяють засоби масової інформації та реклама. Преса, література, кіно, телебачення слід вважати основними каналами проникнення сленгізмів до американського мовного стандарту, оскільки вони становлять більшість у неофіційному мовленні.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. McCrindle M. A Lexicon and Guide to Communication in the 21st Century / M. McCrindle. – Sydney: Halstead Press, 2011. – 208 p.
2. Алымова Е. В. Образование в зеркале лингвокультурологии / Е. В. Алымова. – Екатеринбург, 2007. – 5-16 с.
3. Друм Т. М. Сленг: погляд зсередини / Т. М. Друм. – К.: Дивослово, 1998. – № 12. – 59-60 с.
4. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови / Ю. А. Зацний. – Запоріжжя: ЗДУ, 1998. – 431с.
5. Маковский М. М. Системность и асистемность в языке: Опыт исследования антиномий в лексике и семантике / М. М. Маковский. – М.: Наука, 1980. – 210 с.
6. Маслов Ю. С. Вступ до мовознавства / Ю. С. Маслов. – М.: Вища школа, 1987. – 231 с.
7. Швейцер А. Д. Социальная дифференциация английского языка в США / А. Д. Швейцер. – М.: Наука, 1983. – 216 с.