

висловлювання свідчать про те, що поетеса бездоганно володіє жанром поетичного лаконізму, коли сюжет сконцентрований в одному реченні, в одній фразі, іноді навіть в одному слові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бабій І.М. Експресивно-стилістичний потенціал фразеологічних одиниць в авторській картині Г. Косинки. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2011. Вип. XXIV. Ч. 1. С. 417–425.
2. Карпенко Ю.О. Вступ до мовознавства. Київ : Видавничий центр «Академія». 2006. С. 110–111.
3. Костенко Л. Маруся Чурай. Київ : Веселка, 1990. 159 с.
4. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Либідь, 1993. 247 с.
5. Ужченко В.Д., Ужченко Д.В. Фразеологія сучасної української мови: посібник. Луганськ : Альма-матер, 2005. 399 с.
6. Українська афористика Х–ХХ ст. / під заг. ред. І. Драча, В. Черняка. Київ : Вид. центр «Просвіта», 2001. 320 с.

УДК 81'373.613'276.3-053.6

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2020.13-1.15>

ЗАПОЗИЧЕННЯ В МОЛОДІЖНОМУ СЛЕНГУ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ)

BORROWINGS IN YOUTH SLENG (ON MATERIAL OF UKRAINIAN MASS MEDIA)

Левченко Т.М.,

orcid.org/0000-0002-4275-7701

кандидат педагогічних наук,

*доцент кафедри української лінгвістики і методики навчання
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет
імені Григорія Сковороди»*

Засоби масової комунікації стали основним інструментом, що впливає не лише на суспільну свідомість, а й на формування системи ціннісних орієнтацій особистості, спектр соціальних орієнтацій, мовну грамотність та культуру мови. Зазначено, що вивчення специфіки мови засобів масової комунікації на сучасному етапі – одна з важливих проблем лінгвістики, оскільки активно розвиваються технічні засоби, значно зростає обсяг інформації, розширюються міжнародні зв'язки та вдосконалюються прийоми і методи поширення масової інформації, що набувають дедалі більшого значення в житті суспільства.

У статті проаналізовано молодіжний сленг як динамічну систему і явище, що постійно розвивається. У процесі зміни одного модного явища іншим одні слова забуваються, а нові з'являються. З'ясовано, що цей процес проходить дуже швидко. У молодіжному сленгу тільки за останнє десятиліття активного світового прогресу оновилося неймовірна кількість слів. Основними причинами функціонування молодіжного сленгу є відхід від буденності, іронія, мовна гра. Невимушений молодіжний сленг прагне відійти від нудного світу дорослих. Внаслідок того, що носії молодіжного сленгу становлять численну і соціально активну частину структури сучасного суспільства, сленгізми активно входять у публіцистику, завойовуючи мову преси, і стають новими елементами культури.

Охарактеризовано запозичену лексику як складову частину молодіжного сленгу і способи її використання у структурі мовної дійсності масмедійного дискурсу. З'ясовано основні причини використання англіцизмів на сторінках сучасної української преси. Відповідно до результатів дослідження зроблено висновок, що більшість запозиченої лексики функціонує лише для певної категорії читачів, адже для них важливими є складні, незрозумілі лексеми, що не мають українського походження. Наведено приклади з українських засобів масової комунікації, що ілюструють як тенденцію до експансії англіцизмів, як і те, що невиправдані запозичення мають українські еквіваленти і можуть бути легко замінені словами з тотожним значенням. Підкреслено, що основною причиною використання запозичень у мові мас-медіа, зокрема англіцизмів, залишається полегшення комунікації молоді та зближення з читачем.

Ключові слова: сленг, англіцизми, запозичена лексика, мова засобів масової комунікації.

Mass communication has become a major tool affecting not only the public consciousness, but also the formation of a system of value orientations of the individual, the range of social orientations, linguistic literacy and language culture. It is noted that the study of the specificity of the language of mass communication at the present stage is one of the important problems of linguistics, as the technical means are actively developing, the volume of information is growing, the international relations are being expanded, and the methods of spreading of mass media are becoming more important in social life.

The article analyzes youth slang as a dynamic system and a constantly evolving phenomenon. When you change one fashion phenomenon to another, some words are forgotten and new ones appear. It is clear that this process is proceeding very rapidly. In the youth slang only in the last decade of active global progress, an incredible number of words has been

updated. The main reasons for the functioning of youth slang are the outgoing from everyday life, irony, language play. The casual youth slang seeks to move away from the dull world of adults. Due to the fact that the slang bearers form a numerous and socially active part of the structure of modern society, slangisms are actively involved in journalism, conquering the language of the press, and becoming new elements of culture.

Borrowed vocabulary is characterized as an integral part of youth slang and ways of its use in the structure of linguistic reality of media discourse. The main reasons for using of anglicisms on the pages of the modern Ukrainian press have been clarified. According to the results of the study, it is concluded that the vast majority of borrowed vocabulary works only for a certain category of readers, because for them complex, incomprehensible tokens that are not of Ukrainian origin are important. Examples from the Ukrainian mass media are showed, illustrating the tendency for the expansion of anglicisms, as well as the fact that unjustified borrowings have Ukrainian equivalents and can be easily replaced by words with the same meaning. It is emphasized that the main reason for using of borrowings in the language of the media, in particular anglicism, is to facilitate youth communication and rapprochement with the reader.

Key words: slang, anglicisms, borrowed vocabulary, language of mass communication.

Постановка проблеми. Останні десятиліття характеризуються трансформацією уявлень про мовні норми, зміни в системі мовних стилів, нові умови існування преси, що є наслідком нормативних змін сучасної української мови, культури мовлення та всієї системи української мови. Мова зазнала активних змін як система і засіб комунікації. Опозиція до нормативності в різних аспектах її вияву є однією із характерних ознак мови сучасних засобів масової комунікації. Актуальність дослідження характеру репрезентації сленгу молодіжної культури в українських засобах масової комунікації зумовлена тим, що, аналізуючи вияви сленгу, можна визначити, наскільки прогресивно і в якому напрямі розвивається молодіжна субкультура в соціумі, адже молодіжний сленг як найдинамічніша складова частина лексичної системи української мови відображає зміни в сучасному суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Численна наукова література свідчить про дискусійність статусу субстандартної лексики та її класифікації в сучасній українській мові. Аспекти зазначеної проблеми порушено в наукових розвідках багатьох учених. Зокрема, дослідження субстандартних елементів українського мовлення започатковані працями О.Т. Горбача, Й.О. Дзендзелівського. На сучасному етапі теоретичне обґрунтування функціонування субстандартних підсистем здійснене Л.О. Ставицькою, стан розвитку окремих соціолектів розглянуто в працях К.Л. Бондаренко (лінгвокультурні особливості українського та англійського сленгу), Л.А. Карпець (спортивний сленг), С.А. Мартос (функціонування молодіжного сленгу в міській комунікації), Т.М. Миколенко (міський сленг), Ю.Л. Мосенкіса та О.С. Фурси (сучасний стан розвитку українського молодіжного сленгу та функціонування запозичень у його складі), Н.О. Шовгун (молодіжний сленг у мовленнєвій діяльності малих соціальних груп), І.І. Щур (український комп'ютерний сленг) та ін.

Аналіз наукової літератури засвідчує, що проблема запозиченої лексики як складника молодіжного сленгу, зокрема її функціональний, структурно-стилістичний аспекти, на сучасному етапі мало вивчена, що зумовлює актуальність нашого дослідження. Вирішенню зазначеної проблематики сприятиме глибше дослідження запозиченої лексики в сучасних засобах масової комунікації.

Постановка завдання. Нашим завданням є виявлення та аналіз запозичень з англійської мови, що репрезентують молодіжний сленг і молодіжну субкультуру.

Виклад основного матеріалу. Дослідження ролі і функцій мови засобів масової комунікації в динаміці мовних процесів на інтерлінгвістичному рівні передбачає аналіз мас-медіа та зумовлених механізмів взаємодії мовних рівнів, зокрема таких, як способи сполучуваності лексичних одиниць, функціонально-стильова стратифікація запозичень та взаємовплив різних стилів сучасної української мови.

Запозичення – один із продуктивних шляхів поповнення лексичного складу української мови і важливе джерело формування молодіжного сленгу. В останні десятиріччя захоплення запозиченими словами стало своєрідною модою, що зумовлена певними стереотипами та ідеалами, що є у молодіжному середовищі. Мовна культура сучасної молоді є тим мінливим мовленнєвим середовищем, що швидко реагує на появу всього нового в суспільстві. Прийнято вважати, що «український молодіжний сленг – це субстандартна підсистема мови, що складається з лексико-фразеологічних одиниць, які не входять до складу літературної мови і функціонують у невимушеному спілкуванні серед молоді. Він виступає засобом репрезентації дійсності та вираження ставлення до неї представників цієї демографічної групи» [2, с. 11].

Поява значної кількості різноманітних засобів масової комунікації надзвичайно потужно вплинула на становлення мовних норм сучасної молоді. Активне функціонування сленгових

лексем у засобах масової комунікації пов'язане з бажанням наблизитися до читача, хоча адресат зазвичай сприймає медіатекст як зразок мовного етикету, використовує в подальшому мовленні та приносить сленг у культурне середовище.

У сучасній українській мові однією із динамічних тенденцій є активізація процесу запозичення іншомовних слів, зокрема англійських. Найяскравішим прикладом цього процесу є молодіжний сленг, для якого запозичення з англійської мови – важливе джерело його формування.

«Засоби масової інформації не лише збагачують молодіжну лексику, а й активно використовують її оригінальність та емоційну зарядженість для покращення контакту з цільовою аудиторією. Зростання запозичень серед зафіксованих у досліджуваній пресі сленгізмів визначається популярністю англійської мови та відповідних субкультур» [4, с. 18]: «ЗМІ Ахметова **піарили** Ляшка, а скільки він заплатив їм – не ясно» («Українська правда», 15.04.2019); «Володимир **вплутався** в бій, в якому він не може стати переможцем. Це не вистава, не рестлінг — це фул **файтинг**» («Високий Замок», 12.10.2019); «Після певних процедур його голос нормалізувався, і Лазарєв без напруги виступив на **афтепаті**» («Газета по-українськи», 15.03.2019). Додаючи в мову публікацій запозичення з англійської мови, журналісти намагаються наблизитися до певного стереотипу, долучитися до американської культури та стилю життя. Наведемо кілька прикладів: «Тож експерти прогнозують, що новий додаток для онлайн-**шопінгу** підтримає вже існуючий тренд серед юзерів соцмережі, а бізнесам надасть можливості для збільшення власного прибутку» («Детектормедіа», 07.09.2018); «Білоруси **приїжджають до нас не лише на шопінг**. Їх цікавить галицька кухня» («Високий Замок», 22.03.2018) (шопінг, англ. *shopping* – форма проведення часу у вигляді тривалих і регулярних відвідин магазинів і покупок товарів).

«Важлива відмінність у порівнянні з одруженням у РАЦСі: замість традиційного музичного супроводу в стилі «однієї калини за вікном» та «гоп чи не гоп», молодята приймали вітання під композицію у стилі техно, що плавно переходила у **дабстеп** у супроводі живої скрипки» («Вежа», 27.08.2016); «Півроку тому Еділін вирішила освоїти **дабстеп**. Дівчинка просто шукала цікаві їй записи в інтернеті і почала повторювати побачене» («Сьогодні», 09.02.2016) (дабстеп, англ. *dubstep* – жанр музики, який виник на початку 2000-х рр. у південному Лондоні як одне із відгалужень геріджа).

«Ми створюємо новий рівень відпочинку, коли людина прийшла на концерт улюбленого виконавця і не йде додому через півтори години його виступу, а може потім подивитися якісь клубне шоу, залишитися на вечірці з кращими ді-джеями та потрапити на **афтепати**, яке триватиме до ранку» («Високий Замок», 09.05.2017); «На каруселях, але без королеви: зірки влаштували гламурне **афтепати** на весіллі принцеси» («Газета по-українськи», 16.10.2018) (афтепати, англ. *after-party* – вечірка).

«Українські спортсмени вибороли золоті нагороди у розділі **файтинг**» («Голос України», 29.03.2016); «Усього в активі нашої збірної чотири медалі у розділі **файтинг**», повідомляє прес-служба Міністерства молоді та спорту» («День», 05.03.2018), (файтинг, англ. *fighting* – бій, поєдинок, бійка).

Використання запозиченої лексики без потреби – недолік будь-якого мовлення, особливо публіцистичного. Зайве і недоречне використання запозичених слів робить публіцистичний текст малозрозумілим, недоступним і стилістично неграмотним.

Специфіка стану сучасної української мови полягає в тому, що процеси активізації відбуваються надзвичайно стрімко і масштабно. Зміни соціокультурних орієнтирів призводять до переоцінки суспільних цінностей, у результаті чого змінюється ставлення носіїв мови до багатьох явищ у житті українського соціуму. Саме з цих причин засоби масової комунікації фіксують численні зміни реальної дійсності. Сленг «формується під впливом соціокультурних факторів (кіно- та шоу-бізнесу, ЗМІ, новітніх технологій соціальної комунікації, музичної субкультури, сленгу афроамериканців тощо) на базі соціально-психологічної спільності дітей у підлітковому віці (протиставлення себе дорослим, домінування однолітків у колі співрозмовників, надмірна емоційність, підвищена агресивність тощо) та швидко реагує на різні зміни соціального характеру» [1, с. 12].

Дослідники публіцистичного стилю застерігають від залучення і надмірного використання запозичених слів у мові мас-медіа, особливо в наш час, коли цей процес має потужний темп розвитку.

Мова сучасної преси фактично претендує на роль законодавця моди в мовленнєвій комунікації молоді, але вона не може бути взірцем для наслідування, орієнтиром для збереження мовних норм, адже за своїми комунікативними завданнями, метою і настановами мова засобів масової комунікації в пошуках яскравих слів завжди буде за межами норм – мовних і етичних.

Запозичена лексика – важливе джерело формування молодіжного сленгу, яке пояснюється не тільки лінгвістичними, але й позалінгвістичними факторами. Тому на сторінках засобів масової комунікації дедалі частіше спостерігаємо запозичення з інших мов, які стають складником молодіжного сленгу. «Його поповнення й оновлення відбувається за рахунок лексичних запозичень зі соціолектів інших молодіжних субкультур і вигадування підлітками нових засобів мовної експресії за різними моделями лексико-семантичного словотвору як нормативного, так і ненормативного характеру» [1, с. 12]. Наведемо приклади.

«Так, у них вносилися численні правки. Але жоден **апгрейд** не перетворить касетний магнітофон «Весна» на одинадцятий айфон» («Українська правда», 14.01.2019); «Український дім змінює концепцію: що принесе **апгрейд**» (УкрІнформ, 11.10.2019) (апгрейд, англ. *upgrade* модернізація пристрою (як правило, комп'ютера) шляхом заміни окремих його компонентів на більш потужні або швидкодіючі).

«Найбільший у світі **лейбл** Universal Music Group 10 липня видав альбом української співачки Джамали «1944» («Високий Замок», 12.07.2016); «Цьогоріч фест увійшов до ТОП-5 найкращих фестивалів Європи за рейтингом EFFE (Europe for Festivals, Festivals for Europe) та отримав офіційний **лейбл**» («Газета по-українськи», 21.10.2019); «Хоча, варто зазначити, в Луганську поклонялися іноземним брендам, модники воліли, щоб **лейбли** були прикріплені на видному місці мас-медіа на джинсах чи спині» («Україна молода», 12.11.2019). Лейбл (англ. *label* – етикетка): 1. Торгова марка, під якою виробляється, поширюється чи рекламується аудіо- і відеопродукція; 2. розм. Етикетка, пришита до одягу, що засвідчує виробника.

«Я залучила до роботи над образом найбільш творчих та професійних людей столиці: фотохудожницю Ольгу Осадчу, спеціаліста з позування Іву Басару і майстра з **мейк-апу** Юлію Горобець» («Україна молода», 02.11.2016); «Вона декілька разів наводить губи яскраво-червоною помадою, доки **мейк-ап** акцент стає справжнім «акцентцем», старанно підмальовує тоненькі брови й виводить темні стрілки над очима» («Голос України», 17.09.2019); «Її рідні також зазначають, що за все своє довге життя Сюзанна жодного разу не носила **мейкап**, не ходила на вечірки й навіть не фарбувала волосся» («Високий Замок», 08.10.2015) (мейк-ап, англ. *make up* – грим, косметика на обличчі).

«Лімітована серія кросівок виконана в кольорах **паттерна** громадського транспорту Берліна, який використовується в обшивці крісел в метро і трамваях» («Високий Замок», 12.01.2018); «Уявіть собі, якщо ваша дитина мала б базові знання та навички надання першої медичної допомоги, в такому випадку при травмі дитина принаймні знала б стійкий **паттерн** поведінки аби не зашкодити собі ще більше, поки вона не отримає належну швидку допомогу» («Газета по-українськи», 09.09.2019); «Ми навіть залишили порожні місця для маминої творчості. Щоб вона могла внести зміни до тексту і на готову музику за готовим **паттерном** створити максимально персоналізовану коліскову-мантру для своєї власної дитини» («Голос України», 20.09.2018) (паттерн, англ. *pattern* – вірець, зразок, маска, шаблон – об'єкт, з якого робляться копії або набори повторюваних об'єктів).

«Харків'янка опублікувала **скріншот** образливих висловлювань чоловіка під постом музиканта Бориса Севастьянова і попросила у Театру музкомедії відреагувати на них» («Високий Замок», 10.10.2019); «Він ставить під сумнів заяви слідства, що телефон Юлії Кузьменко 19 липня 2016 року з 19:00 був неактивний. Як доказ має **скріншоти** її листування з подругою» («Газета по-українськи», 17.12.2019). Скріншот (англ. *screenshot*, **скріншот** (скріншот)) – знімок з екрана, зображення, отримане комп'ютером, що зображує дійсно те, що бачить користувач на екрані монітора.

«Старався для «бати», не шкодуючи ні кулак, ні одєжини за шість тисяч євро (під час бійки з Герусом на «вилоносному» була брендова куртка-**бомбер** від італійської компанії Loro Piana)» («Високий Замок», 15.11.2019); «Колекція – капсульна і нараховує наразі близько 20 моделей, які дуже вдало поєднуються між собою, а більшість речей – світиоти, футболки, **бомбери** та штани – унісекс, підходять як хлопцям, так і дівчатам» («Україна молода», 13.12.2019). Бомбер (англ. *bomber jacket*) – літня куртка, створена для пілотів ВПС США, яка з часом стала частиною масової культури.

О.А. Стишов зазначає, що «низка нових іншомовних слів із мовознавчого погляду є недоречними, оскільки вони порушують закони і розхиляють структуру української мови, її нормативні, стилістичні й культуромовні засади» [5, с. 74]. Іншомовні слова повсякчас використовуються в засобах масової комунікації, адже журналісти схиляються до їх використання навіть більше, ніж до використання місцевих діалектів. Сучасна

преса зловживає запозиченнями навіть тоді, коли можна використовувати українські відповідники. Мова втрачає привабливість і самобутність, якщо журналісти віддають перевагу не різноманітним українським синонімам, а словам запозиченим і невиразним. Наприклад: «*Так, перевірену людину можуть порадиати знайомі або ж **бєбісітера** можна самостійно знайти у всесвітній павутині*» («Сьогодні», 10.01.2019); «*Не секрет для шоу-бізнесу, що арт-директор інколи виконує всі функції відразу – від **бєбісітера**, який витирає сльози музикантам у випадку невдач або творчого колапсу, до рекламного агента або вантажника, який тягає разом із командою штаф...*» («Тиждень», 15.12.2017) (бєбісітер, англ. *babysitter* – няня). Як видно з прикладу, запозичене слово «бєбісітер» незрозуміле для прийняття і складне в написанні.

«*Тинейджер зібрав удома апарат для проведення аналізу ДНК*» («Високий Замок», 09.04.2013); «*Тинейджери взагалі можуть виходити в піжамах і шкарпетках, без взуття*» («Газета по-українськи», 02.11.2019). Слово «тинейджер/тєнейджер» (англ. *teenager*) увійшло в українську мову, поширене не тільки серед представників цієї вікової категорії, але й серед дорослих. Аналізоване запозичення використовується невиправдано, його легко можна замінити українським «підліток».

«*Цю одноактну оперу Римського-Корсакова поставив режисер Анатолій Солов'яненко спеціально на Тараса Штонду, як «презент» співакові, який нині відзначає ювілей – 50-річчя від дня народження та 25-річчя творчої діяльності*» («День», 07.02.2017); «*Суддя Плотницький тримає в кабінеті три томи творів митрополита Шептицького: це презент від Садового*» («Високий Замок» 08.10.2018); «*Це неправильно». За неперевіреними даними, саме так охарактеризував Папа Римський Франциск незвичайний презент, що йому зробили в Болівії. А саме – розп'яття, де хрест був замінений на... серп і молот*» («Голос України», 11.07.2015). Презент (англ. *present*) – подарунок.

«*А в житті колишні суперстар повертаються додому, до сірої буденності*» («Голос України», 23.10.2013); «*Коли ти тільки починаєш свій бізнес, а така суперстар, як Опра Вінфрі, на всю Америку рекламує твій магазин – це неймовірно, – згадує Яна*» («Газета по-українськи», 02.06.2018); «*Ось і недавно світ дізнався, що сім'я голлівудської суперстар Роберта Де Ніро розпалася, і це після 20 років благополучного і спокійного (у плані різних там скандалів) родинного життя*»

(«Україна молода», 23.11.2018). Суперстар (англ. *superstar*) – суперзірка.

«*Кеті Холмс розійшлася зі своїм бойфрендом актором Джеймі Фоксом*» («Україна молода», 23.08.2019); «*Новий бойфренд колишньої нареченої українського боксера Володимира Кличка Хайден Панеттьєрі підтвердив стосунки з акторкою*» («Високий Замок», 13.09.2018); «*Джіджі Хадід відновила стосунки з колишнім бойфрендом*» («Газета по-українськи», 12.01.2020). Бойфренд (англ. *boyfriend*) – коханець, приятель жінки.

«*Кому потрібно дуже багато робити, щоб подати в Іспанії справжній імідж України. Вам досі потрібно підтверджувати, що українці існують, і Україна має право на існування*» («День», 27.02.2016); «*Путін і Орбан активно наплюжили імідж України перед Трампом*», – чиновник Держдепу» («Високий Замок», 08.11.2019); «*По закінченню служби вони не отримують військової спеціальності, а строкова служба повинна створювати позитивний імідж ВСУ, щоб люди самі хотіли йти в армію*» («День», 16.01.2020). Імідж (англ. *image*) – образ.

«*Відчуття від перегляду картини дуже дивні. Zone Out більше схожий на артхаусний науково-фантастичний хоррор, сенс якого зрозуміти складно*» («Високий Замок», 17.06.2018); «*Ці хоррори побудовані на ідеї, що в повністю автоматизовану систему вкрадеться людський фактор і з цієї причини система всіх знищить*» («Газета по-українськи», 27.11.2019); «*Хоррор, як і будь-який масовий жанр, обтяжений колосальною кількістю штампів, аби подолати спротив матеріалу*» («День», 30.06.2016). Хоррор (англ. *horror*) – фільм жахів.

Висновки. Таким чином, розглянувши приклади з невиправданими запозиченнями з англійської мови, можна зробити висновок, що здебільшого вони з'являються в українській мові через те, що читач більш вагомими вважає складні, незвичні і взагалі неукраїнські слова, що, на думку багатьох журналістів, надає вагомості мові сучасних мас-медіа. Аналізовані приклади також підтверджують невиправдані запозичення з англійської мови, що мають еквіваленти в українській мові та принагідно замінюються українськими відповідниками.

Таким чином, у середовищі сучасної молоді спостерігається зниження мовної та загальної культури, грамотності, заміна істинних цінностей шаблонними зарубіжними зразками. Також до особливостей мовної організації сучасних засобів масової комунікації варто зарахувати збільшення

простих за формою конструкцій. Із синонімічного ряду засобів передачі однієї і тієї самої інформації автор обирає економні, найпростіші за формою. Зазначені фактори сприяють активізації в текстах мас-медіа конструкцій, що є результатом семантико-синтаксичних процесів номіналізації, атрибутизації та адвербіалізації, адже ці конструкції дають змогу максимально стиснути інформацію. Використовуючи засоби структурної простоти як певну зручність для сприйняття інформації, залучаючи мінімум мовних засобів, можна значно ускладнити висловлювання. Саме «в процесі реалізації мовних ресурсів здійснюється відбір семантично більш раціональних, інформативних і в той же час найбільш лаконічних засобів для досягнення цілей комунікації, тобто мінімальною кількістю мовних знаків максимально точно висловити думку, утворити мовну альтернативу в поширеній описовій конструкції» [3, с. 134].

Використання запозичених слів у сленговій комунікації видається не завжди доречним. Безсумнівно, без запозиченої лексики не можна уявити мову сучасної людини, однак значення таких слів має бути зрозумілим кожному читачеві, а їх вживання – виправданим. Доречне і правильне використання запозиченої лексики свідчить про мовну культуру та повагу до рідної мови.

Таким чином, експансію запозиченої лексики в мові українських засобів масової комунікації поряд із такими факторами, як розвиток інформаційних технологій і активізація міжкультурної комунікації, супроводжує соціально-культурний фактор. Результатом культурної експансії стає не тільки зміна економічної моделі, але й зміна системи ціннісних орієнтацій, формування масової культури, що призводить до ідеалізації чужого способу життя, ідеології, мистецтва, світосприйняття, що спричиняє занедбаність рідної культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Боднар Р.В. Соціолект підлітків як субкультура сучасного лінгвосоціуму (на матеріалі англійської мови 90-х років ХХ – початку ХХІ століття) : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К., 2007. 20 с.
2. Грабовий П.М. Когнітивні параметри українського молодіжного сленгу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т філол. Київ, 2010. 18 с.
3. Дегтярьова І.О. Стилiстичнi засоби мовної економiї у постмодернiстському тексті. *Дослідження з лексикології і граматики української мови*. 2012. Вип. 12. С. 133–141.
4. Поздняков О.В. Номінативні процеси в сучасному німецькому молодіжному слензі (системно-квантитативне дослідження словників і періодичних видань) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеський нац. ун-т ім. І.І. Мечникова. О., 2010. 20 с.
5. Стишов О.А. Нові іншомовні слова в українськомовних ЗМІ початку ХХІ ст. *Studia philologica*. 2017. Вип. 9. С. 66–75.