

**Катерина БРОВКО,**

*orcid.org/0000-0001-8572-9316*

доктор філософії,

старший викладач кафедри іноземних мов і методик їх навчання

Київського університету імені Бориса Грінченка

(Київ, Україна) *k.brovko@kubg.edu.ua*

## ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ НА РОЗВИТОК ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

*У статті охарактеризовано особливості впливу Інтернет-сленгу на розвиток пізнавальної активності студентської молоді до вивчення іноземної мови. Наведено статистичні дані досліджень проведених глобальними міжнародними організаціями щодо кількості відведеного часу який молодь витрачає на смартфони, а також градацію найпопулярніших активностей користувачів мережі Інтернет. Виявлено тенденції актуалізації проблеми впливу Інтернет-сленгу на розвиток пізнавальної активності студентської молоді до вивчення іноземної мови, як от: користування соціальними мережами, блогінг, онлайн-ігри, які молодь використовує саме під час маніпуляцій в онлайн-іграх, переписках у соціальних мережах, зніманні блогів, трансляцій відео у Tiktok, Stories в Instagram, месенджері Facebook, на каналах Telegram тощо. Охарактеризовано сутність ключового поняття дослідження «Інтернет-сленг», а також розкрити його витоки. Представлено класифікують лексем належних Інтернет-сленгу за тематичною ознакою. Серед яких слова: для позначення апаратного та програмного забезпечення комп'ютера; найменування фірм, що виготовляють апаратне і програмне забезпечення; назви антивірусних програм; позначення людей, які працюють у сфері комп'ютерних технологій; позначення дій; слова, що супроводжують процес роботи користувача з комп'ютером; оцінного змісту. Визначено способи формування мовних одиниць Інтернет-сленгу: запозичені слова з англійською мови; Інтернет-сленг у мові летсплейнгу; Інтернет-сленг відеоблогінгу; Інтернет-сленг у писемному мовленні користувачів форумів та соціальних мереж; Інтернет-сленг сленг у розмовному мовленні; усічені слова; модифікація загальноживаних слів і створення на їх основі лексичних одиниць із подвійним змістом. Представлено результати нашого проведеного опитування в соціальній мережі Instagram щодо визачення причини використання студентською молоддю Інтернет-сленгу.*

**Ключові слова:** іноземна мова, молодіжний Інтернет-сленг, пізнавальний інтерес, студенти.

**Kateryna BROVKO,**

*orcid.org/0000-0001-8572-9316*

Doctor of Philosophy,

Senior Lecturer at the Foreign Languages and Methodology Department

Borys Grinchenko Kyiv University

(Kyiv, Ukraine) *k.brovko@kubg.edu.ua*

## THE INFLUENCE OF INTERNET SLANG ON THE DEVELOPMENT OF COGNITIVE ACTIVITY OF STUDENT YOUTH IN LEARNING A FOREIGN LANGUAGE

*The article describes the features of the influence of Internet slang on the development of the cognitive activity of student youth to learn a foreign language. The statistics of research conducted by global international organizations on the amount of time spent by young people on smartphones, as well as the gradation of the most popular activities of Internet users. Tendencies of actualization of the problem of Internet slang on the development of the cognitive activity of student youth to learn a foreign language, such as the use of social networks, blogging, online games that young people use during manipulations in online games, correspondence on social networks, filming blogs, video broadcasts on Tiktok, Stories on Instagram, Facebook messenger, Telegram channels, etc. The essence of the key concept of the study «Internet slang» is described, as well as to reveal its origins. Classified tokens belonging to Internet slang by subject are presented. These include: to denote computer hardware and software; names of companies that manufacture hardware and software; names of anti-virus programs; identification of people working in the field of computer technology; designation of actions; words that accompany the process of the user's work with the computer; evaluative content. Methods of forming language slang units of Internet slang are determined: borrowed words from English; Internet slang in the language of lets playing; Internet video blog slang; Internet slang in the written speech of users of forums and social networks; Internet slang in colloquial speech; truncated words; modification of commonly used words and creation on their basis of lexical units with double meaning. The results of our survey conducted on the social network Instagram on finding out the reason for the use of Internet slang by student youth are presented.*

**Key words:** foreign language, youth Internet slang, cognitive interest, students.

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток кіберпростору вирізняється специфічною соціально-демократичною групою – інтернет-користувачами. Саме нове покоління, яке активно реагує на зміни у суспільному житті країни та світові інформаційні тенденції загалом, є творцем мовних одиниць та сприяє виникненню специфічного Інтернет-сленгу. Загальновідомим є факт, що Інтернет-сленг генерується на основі запозичення іншомовних лексичних одиниць та їх адаптації в рідну мову з подальшим використанням у повсякденному житті.

Сленг є відкритим мовним пластом нормативно-знижених лексико-фразеологічних одиниць, які характеризуються яскравим емоційно-експресивним забарвленням. За час свого існування безліч сленгових одиниць закріпилися в літературній англійській мові. Інтернет-сленг пов'язаний з мовною грою, яка передбачає навмисне маніпулювання мовними засобами, з метою отримати комічний, або концептуальний ефект. Крім цього, Інтернет-сленг дає можливість відтворювати емоції, які важко висловити у лаконічному мовному середовищі, за умови дотримання встановлених норм.

Тенденції до користування соціальними мережами, блогінгу, онлайн-ігор, тощо, актуалізують проблему впливу Інтернет-сленгу на розвиток пізнавальної активності студентської молоді до вивчення іноземної мови. Адже багато сленгових виразів молодь використовує саме під час маніпуляцій в онлайн-іграх, переписках у соціальних мережах, зніманні блогів, трансляцій відео у TikTok, Stories в Instagram, месенджері Facebook, на каналах Telegram тощо.

**Аналіз досліджень.** Різноманітним аспектам проблеми впливу інтернет-сленгу на розвиток пізнавальної активності студентів до вивчення іноземної мови присвячена значна кількість наукових досліджень, зокрема: особливостям використання англомовного молодіжного мережевого сленгу (М. Бергельсон, О. Дзюбіна, О. Дорда, А. Павельєва, І. Сотніченко, Дж. Алькантре-Пілар (ісп. J. Alcántara-Pilar), С. Лю (кит. S. Liu), Л. Шисюн (кит. L. Shixiong) та ін.); можливості використання Інтернет-сленгу у вивченні іноземної мови (О. Бондар-Фурса, Ю. Загребнюк та ін.)

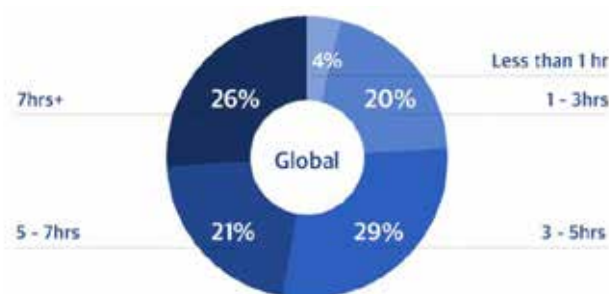
**Метою статті** є визначення впливу Інтернет-сленгу на розвиток пізнавальної активності студентської молоді до вивчення іноземної мови.

**Виклад основного матеріалу.** Друга половина ХХ – початок ХХІ століть знаменується епохою хайпового розвитку ІКТ, а також укорінення тренду геймерства, хакерства та блогер-

ства, як молодіжної субкультури, частина яких складає понад 3,1 млрд людей із загальної кількості населення планети. Із появою прихильників комп'ютерних онлайн-ігор, блогерів, тітокерів та активних користувачів соціальних мереж дедалі більше зростає сегмент споживачів, які вбачають цілодобову потребу в користуванні смартфоном (Бровко, 2021: 213–214).

Означене підтверджується кількісними результатами проведеного у 2021 р. дослідженні порталу Android Headlines (Mobile Review). Відтак, виявилось, що 80% осіб використовують смартфони одразу після пробудження. 48% респондентів визнали себе «смартфозалежними». Решта 52% заявили, що ніколи не розлучаються з девайсом більш ніж на добу. Майже стільки ж опитуваних, а саме 54% відчувають почуття паніки при кожному падінні заряду батареї нижче 20%.

У 2021 році компанія Counterpoint Research (Mobile Review) також представила своє дослідження про те, скільки годин на добу і як більшість користувачів використовують свої смартфони. Наразі тільки 4% власників смартфонів активно використовують його менше однієї години на день. 26% користувачів витрачають на свого «електронного друга» 7 годин і більше, тобто більше половини того часу, що вони не сплять. Ще 21% витрачають на смартфон 5–7 годин. Таким чином, майже половина всіх власників смартфонів використовують його на межі можливостей, які апарат може надати своєю автономністю. 20% або кожен п'ятий користувач витрачає трохи більше 3 годин. Ще 29% використовують пристрій протягом 3–5 годин на добу (рис. 1).



**Рис. 1.** Time distribution of using smartphones by youth

Слід також зазначити, що найпопулярнішою активністю залишається вихід до Інтернету, про що свідчать 64% долі опитуваних. 62% респондентів надають перевагу онлайн-іграм. Користувачі які переважно користуються голосовими викликами складають 56%, а листуються 54% користувачів смартфонів (рис. 2).

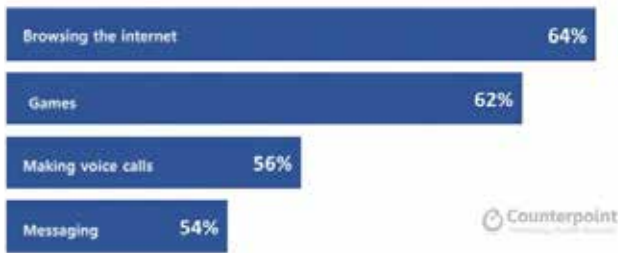


Рис. 2. Global Daily User Behavior

В контексті досліджуваної проблеми доцільно розкрити сутність ключового поняття дослідження «Інтернет-сленг», а також розкрити його витоки.

У сучасному Інтернет просторі досить поширеним є Інтернет-сленг – так звана «мова», що виникла з появою електронно-обчислювальних машин у США 1946 р. З розвитком яких в Україні також почала зароджуватися специфічна мова, якою спілкуються ІТ-спеціалісти та активні користувачі мережі Інтернет. Порівняно молодий вік ІТ-спеціалістів, які задіяні в цій сфері, популярність комп'ютерів та Інтернету у молодіжному середовищі, схильному до вживання жаргонних висловів, визначили моду на Інтернет-сленг і так званий «закон мовної економії» (скорочування слів) серед користувачів всесвітньої мережі Інтернет. Інтернет-сленг, який часто використовує молодь під час електронних комунікацій містить значну кількість скалькованих запозичень з англійської мови.

Існує безліч трактувань поняття «Інтернет-сленг», але всі вони зводяться до того, що це – своєрідний похідний від слів англійської мови діалект, жаргон, набір фраз та висловів, що мають вузьке застосування та не є граматично правильними словами в мові.

У «Словнику лінгвістичних термінів» Д. Ганич та І. Олійника сленг, жаргон та арго мають тотожні значення: «Сленг – слова і вирази, що вживаються особами певних професій або соціальних прошарків. Сленг моряків, художників; арго; жаргон» (Ганич, 1985).

О. Селіванова наголошує на вживанні даної субмови молодим поколінням та переважанні в ній англійських вкраплень. Дослідниця подала таку дефініцію у «Лінгвістичній енциклопедії»: сленг – жаргон, частіше молодіжний; вкраплення в мову англійської або американської розмовної лексики (Селіванова, 2010).

Важко заперечити, що використання такої форми спілкування в Інтернет-мережі не призводить до підвищення пізнавального інтересу студентської молоді до вивчення іноземної мови.

Адже не зважаючи на його дещо фамільярну форму, Інтернет-сленг є найяскравішим, найемоційнішим і найжвавішим стилем мови, який допомагає людям якнайглибше висловити свої думки та почуття.

На основі вищезазначеного слід навести класифікацію Інтернет-сленгу. Оскільки джерел утворення сленгу є досить багато, а також те, що він тісно зв'язаний із англійською мовою – спектр способів модифікації його лексем є надзвичайно широким.

Відтак, дослідники класифікують лексеми, приналежні Інтернет-сленгу за тематичною ознакою: 1) слова для позначення апаратного та програмного забезпечення комп'ютера; 2) найменування фірм, що виготовляють апаратне і програмне забезпечення; 3) назви антивірусних програм; 4) слова на позначення людей, які працюють у сфері комп'ютерних технологій; 5) слова на позначення дій; 6) слова, що супроводжують процес роботи користувача з комп'ютером; 7) слова оцінного змісту (Дзюбіна, 2016; Загребнюк, 2020).

Слід розрізнити такі способи формування мовних одиниць Інтернет-сленгу: 1) запозичені з англійської мови, часто перероблені або навмисно покручені (*наприклад*: англійське слово e-mail (електронна пошта) стає словом мило в жартівливому для сприйняття звучанні; 2) Інтернет-сленг у мові летсплеїнгу (тренд у світі відеоігор, жанр інтернет-серіалів, в яких гравці публікують і коментують свій ігровий процес) (*наприклад*: волюм, каст, скрімер, скрімак, дамажити, скіл, нуб, крафт, лут, перс, дабл кіл, флагман, лаги, апгрейд, тіммейт, шутер, чітер, геймплей увійшли в мову завдяки використанню ліцензійних ігор із англійським озвученням та інтерфейсом; 3) Інтернет-сленг відеоблогінгу (*наприклад*: стрім, патч, тьюторіал, які увійшли в мову завдяки переносу слів з однієї мови в іншу і відрізняються лише в писемному мовленні); 4) Інтернет-сленг у писемному мовленні користувачів форумів та соціальних мереж (*наприклад*: хештег, скрін, лайк, дизлайк, вайн, скетч, хейтери, фоловер, френд, ютубер, мем); 5) Інтернет-сленг сленг у розмовному мовленні (*наприклад*: лазити, або сьорфити в Інтернеті, юзер, геймер, лінк, гуглити, клікати, фотка); 6) усічені слова: (*наприклад*: комп замість комп'ютер, проги замість програми, вінда (програма Windows)); 7) модифікація загальноживаних слів і створення на їх основі лексичних одиниць із подвійним змістом: дурдос, дирдос – операційна система DR-DOS (Загребнюк, 2020; Павельєва, 2021).

Відтак, кожна з цих сфер вживання має набір одиниць комп'ютерного сленгу, що об'єднуються



Рис. 3. Причини використання Інтернет-сленгу студентською молоддю

за їхнім лексичним значенням, поняттям, що означає певні матеріальні чи абстрактні явища чи предмета, ігровий процес тощо.

Зважаючи на те, що іноземні кінострічки та серіали мають широке коло шанувальників, іноді, для зацікавлення до перегляду фільму, серіалу чи прочитання книги більшою аудиторією, режисери та автори наповнюють лексичний склад, або саму назву праці Інтернет-сленгом для привернення уваги молоді, як цільової аудиторії (наприклад: (х/ф «Нуби», х/ф «Хакер», серіал «Айтїшники», тощо).

Зазначимо, що використання Інтернет-сленгу до питання вивчення студентською молоддю іноземної мови, має ряд переваг, а саме: надає емоційного забарвлення у мовленні; слугує полем для розвитку мови, що не стримується нормами; скорочується усне мовлення (письмове – в інтернеті); Інтернет-сленг – джерело появи іншомовних термінів в мові.

Для того щоб результати нашого дослідження мали більш практичний характер, ми вирішили

провести опитування в соціальній мережі Instagram. Метою якого було дізнатися причину використання студентською молоддю Інтернет-сленгу. Основною сукупністю нашого опитування були студенти немовних спеціальностей (105 студентів), які навчаються в Педагогічному інституті Київського університету імені Бориса Грінченка. Результати опитування представлені у графіку (рис. 3).

Отримані результати дослідження свідчать про досить доволі високий показник прив'язаності студентської молоді до Інтернет-сленгу. Адже найпоширенішою відповіддю серед студентів було те, що сленг – це модний тренд, необхідно бути на хвилі з іншими, що становить 31% опитованих. 27% вважають такий спосіб висловлювання зручним та таким, що економить час на написання тексту. 20% студентів вважають, що сленг краще допомагає виразити сильні емоції; 12% респондентів припускають, що людям із маленьким словниковим запасом Інтернет-сленг допомагає висловлювати ту чи іншу думку. Інші 10%, стверджують, що це надає їм відчуття «крутості».

**Висновки.** Підсумовуючи слід зазначити, що незважаючи на всі плюси вживання сленгу, що виділяються молоддю, та мінуси, що відзначаються дослідниками, молодіжний англomовний Інтернет-сленг є гарним способом продемонструвати свої знання, адже сленг – це жива мова сучасного молодого покоління. Перебуваючи на одній хвилі із студентами можна легко та невимушено застосовувати Інтернет-сленг як засіб розвитку пізнавальної активності студентів до вивчення іноземної мови через розбір та переклад фраз відомих людей, спічів з американських та англійських фільмів, читання коміксів, створення каналів з хештегами, тощо. Адже наразі Інтернет-сленг можна почути всюди.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бергельсон М.Б. Мовні аспекти віртуальної комунікації. Вісник МГУ. *Лінгвістика і міжкультурна комунікація*, 2002. № 1. С. 55–67.
2. Бондар-Фурса О.С. Можливість використання сленгу у вивченні іноземної мови. *Наука та суспільне життя України в епоху глобальних викликів людства у цифрову еру (з нагоди 30-річчя проголошення незалежності України та 25-річчя прийняття Конституції України) : у 2 т. : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 21 трав. 2021 р.) / за загальною редакцією С. В. Ківалова. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. Т. 1. С. 654–657.*
3. Бровко К.А. Гейміфікація як засіб активізації пізнавального інтересу студентів до вивчення іноземної мови. *Інноваційна педагогіка*, 2021. 42. С. 213–217. doi.org/10.32843/2663-6085/2021/42.43
4. Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів. К.: Вища шк., 1985. 360 с.
5. Дзюбіна О.І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook. URL: [http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis\\_dzyubina.pdf](http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis_dzyubina.pdf) (дата звернення: 01.02.2022).
6. Дорда В. О. Аксиологічні аспекти студентського сленгу США. *Філологічні трактати*. Суми : СумДУ, 2006. № 11. С. 45–53.
7. Загребнюк Ю. Аналіз особливостей молодіжного сленгу в процесі вивчення іноземної мови (англійської) у закладі вищої освіти. *Збірник наукових праць «Проблеми підготовки сучасного вчителя»*, 2020. Вип. 2(22), С. 64–69.

8. Павелієва А. К., Сотніченко І.В. Сленг світу моди та модної субкультури в англійській мові: проблема словотвору та перекладу. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*, 2021. № 3 (341), квітень, С. 152–160.

9. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2010. 844 с.

10. Alcántara-Pilar, J. M., Del Barrio-García, S., & Porcu, L. A cross-cultural analysis of the effect of language on perceived risk online. *Comput. Hum. Behav.* 2013, Vol. 29, 596–603. doi: 10.1016/j.chb.2012.10.021.

11. Liu, S., Bi, X., and He, G. The impact of internet language copy on consumers' attention and perceptions of the advertisement. *Acta Psychol. Sin.*, 2017, Vol. 49, 1590–1603. doi: 10.3724/SP.J.1041.2017.01590.

12. Mobile Review. URL: <https://mobile-review.com/news/kazhdjy-chetvetyj-polzovatel-smartfona-provodit-s-nim-bole-7-chasov> (Дата звернення: 06.02.2022 р.).

13. Shixiong Liu, Dan-Yang Gui, Yafei Zuo & Yu Dai Good Slang or Bad Slang? Embedding Internet Slang in Persuasive Advertising Front. Psychol., 07 June 2019. doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01251.

## REFERENCES

1. Berhelson M.B. Movni aspekty virtualnoi komunikatsii [Linguistic aspects of virtual communication]. *Visnyk MHU. Lnhvistyka i mizhkulturna komunikatsiia*, 2002. No. 1. pp. 55–67. [in Ukrainian].

2. Bondar-Fursa O.S. Mozhlyvist vykorystannia slenhu u vyvchenni inozemnoi movy [The possibility of using slang in learning a foreign language]. *Nauka ta suspilne zhyttia Ukrainy v epokhu hlobalnykh vyklykiv liudstva u tsyfrovu eru (z nahody 30-richchia proholoshennia nezalezhnosti Ukrainy ta 25-richchia pryiniattia Konstytutsii Ukrainy): in two Vol.: materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Odesa, 21 trav. 2021 r.) / za zahalnoi redaktsiieiu S. V. Kivalova*. Odesa : Vydavnychiy dim «Helvetyka», 2021. Vol. 1. Pp. 654–657. [in Ukrainian].

3. Brovko K.A. Heimifikatsiia yak zasib aktyvizatsii piznavalnoho interesu studentiv do vyvchennia inozemnoi movy [Gamification as a means of activating the cognitive interest of students in learning a foreign language]. *Innovatsiina pedahohika*, 2021. 42. S. 213–217. doi.org/10.32843/2663-6085/2021/42.43. [in Ukrainian].

4. Hanych D.I., Oliynyk I.S. Slovnyk lnhvistychnykh terminiv [Dictionary of linguistic terms]. K. : Vyscha shk., 1985. 360 p. [in Ukrainian].

5. Dziubina O.I. Struktura, semantyka ta prahmatyka slenhovykh neolohizmiv sotsialnykh merezh Twitter ta Facebook [Structure, semantics and pragmatics of slang neologisms of social networks Twitter and Facebook]. URL: [http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis\\_dzyubina.pdf](http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis_dzyubina.pdf) (Application date: 01.02.2022). [in Ukrainian].

6. Dorda V. O. Aksiolohichni aspekty studentskoho slenhu USA [Axiological aspects of American student slang]. *Filolohichni traktaty*. Sumy : SumDU, 2006. No 11. Pp. 45–53. [in Ukrainian].

7. Zahrebniuk Yu. Analiz osoblyvosti molodizhnogo slenhu v protsesi vyvchennia inozemnoi movy (anhliiskoi) u zakladi vyshchoi osvity [Analysis of the peculiarities of youth slang in the process of learning a foreign language (English) in a higher education institution]. *Zbirnyk naukovykh prats «Problemy pidhotovky suchasnoho vchytelia»*, 2020. Vol. 2(22), pp. 64–69. [in Ukrainian].

8. Pavelieva A. K., Sotnichenko I.V. Slenh svitu mody ta modnoi subkultury v anhliiskii movi: problema slovotvoru ta perekladu [Slang of the world of fashion and fashion subculture in English: the problem of word formation and translation]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, 2021. No 3 (341), kviten, pp. 152–160. [in Ukrainian].

9. Selivanova O.O. Lnhvistychna entsyklopediia [Linguistic encyclopedia]. Poltava: Dovkillia, 2010. 844 p. [in Ukrainian].

10. Alcántara-Pilar, J. M., Del Barrio-García, S., & Porcu, L. A cross-cultural analysis of the effect of language on perceived risk online. *Comput. Hum. Behav.* 2013, Vol. 29, 596–603. doi: 10.1016/j.chb.2012.10.021.

11. Liu, S., Bi, X., and He, G. The impact of internet language copy on consumers' attention and perceptions of the advertisement. *Acta Psychol. Sin.*, 2017, Vol. 49, 1590–1603. doi: 10.3724/SP.J.1041.2017.01590.

12. Mobile Review. URL: <https://mobile-review.com/news/kazhdjy-chetvetyj-polzovatel-smartfona-provodit-s-nim-bole-7-chasov> (Application date: 06.02.2022).

13. Shixiong Liu, Dan-Yang Gui, Yafei Zuo & Yu Dai Good Slang or Bad Slang? Embedding Internet Slang in Persuasive Advertising Front. Psychol., 07 June 2019. doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01251.