

*Назаревич Л. Т.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри української та іноземних мов**Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя**Мацюк Г. Р.,**кандидат наук із соціальних комунікацій,**доцент кафедри української та іноземних мов**Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя*

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ І СФЕРА ВИКОРИСТАННЯ

Анотація. Статтю присвячено актуальній проблемі: соціальному діалекту, зокрема стилістично нейтральним та стилістично зниженим лексичним одиницям. Об'єктом дослідження є живе мовлення студентів міста Тернополя – молодіжний сленг. Описовий та емпіричний підходи лягли в основу нашої розвідки. У науковій праці сленг розглядається як особливо виразне мовне явище та один із функціональних стилів мови. Вказано, що сленг разом з іншими соціолектами складає найбільшу та найбагатшу частину нелітературної мови, належить до вторинної лексики, яка «вибудовується» на основі літературної мови й не може існувати автономно. Теоретично обґрунтовано поняття «молодіжний сленг», розкрито причини формування соціальних діалектів, мовлено про середовище і поширення сленгізмів. Мета публікації – проаналізувати сленгові одиниці в середовищі студентів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя та Технічного фахового коледжу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя; привернути увагу мовознавців до теоретичного осмислення цього явища в усному та писемному виявах; звернути увагу на сленг як ознаку живого мовлення, як можливість емоційно висловити думку чи виявити особисте ставлення до співрозмовників; виокремити українізовані іншомовні слова, утворені за допомогою українських афіксів. У статті здійснено огляд сучасних публікацій, подано класифікацію та приклади вживання сленгових одиниць. Висвітлено такі риси сленгу, як експресивність, невимушеність, самобутність. Йдеться про доречність послуговуватися сленгом в усному мовленні та недоречність – в офіційно-діловому стилі. Зроблено висновок, що сленгізми, запозичені з іноземних мов, розхитують орфографічні норми, їхньою характерною ознакою є невизначеність, розмитість значень слів, які залежно від ситуації та кола спілкування набувають позитивної або негативної конотації. Власне, через таку «змінність» словники не встигають фіксувати стилістично забарвлених заміників звичайних слів.

Ключові слова: мова, сленг, молодіжний сленг, жаргон, стиль мови.

Постановка проблеми. Мова – живий організм, ідеальна система, яка існує у свідомості її носіїв і не залежить від обставин спілкування, попри те вона постійно розвивається, має різні форми вияву, зокрема діалекти, соціолекти (сленг, жаргон, арг), просторіччя, професіоналізми. З одного боку, субмови роблять мову живою, а з іншого, розхитують мовну

норму. Здебільшого в середовищі підлітків, у мережі Інтернет з'являються неологізми, сленг, іншомовна лексика як візитна картка молодості, своєрідна форма самовираження і свободи, спосіб виокремитися, протиставити себе дорослим (батькам, учителям), спростити комунікацію між собою. Дослідження функціонування сленгу в студентському середовищі Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя та Тернопільського технічного коледжу показали, що сленг створює особливий колорит під час спілкування, проте є недоречним в офіційно-діловому стилі та свідчить про низьку мовну культуру адресанта.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незаперечним є той факт, що на розмовно-побутовому рівні, в загальних чатах і приватному листуванні мовлення молоді перенасичене сленгом, однак пласт цієї лексики залишається малодослідженим. Сленг як складова ширшого утворення сучасної української мови має недостатнє наукове обґрунтування. Проблема сленгу в наукових колах розкрита й описана спорадично, не в повній мірі систематизована. Свого часу появи й функціонуванню соціолектів свої праці присвятили науковці С. Булик-Верхола, А. Д'яков, Р. Зорівчак, Т. Княк, З. Куделько, З. Куньч, О. Пономарів, О. Сербенська, Л. Ставицька, Л. Масенко, Л. Харчук та ін. Різні аспекти молодіжного сленгу вивчали Ю. Василенко, К. Котелевець, Л. Мацько, С. Пиркало, О. Тараненко та ін. Синонімію в структурі молодіжного сленгу на матеріалі сучасного художнього дискурсу розглядала М. Столяр. Семантико-структурні, словотвірні та функціональні особливості українськомовного комп'ютерного сленгу досліджувала І. Щур. Регіональні особливості молодіжного сленгу в мовленнєвій структурі міста Херсона здійснювала С. Мартос. Усне мовлення тернополян стало предметом досліджень Т. Миколенко, Л. Назаревич та ін. Дослідженню соціальних діалектів присвятили свої наукові розвідки В. Бондалетов, М. Грачов, Л. Касаткин, І. Матвійас, Л. Ставицька, Е. Туманян та ін. Проблему сленгових термінів і висловів у рамках проведення виборчих кампаній в українському й зарубіжному дискурсах розкрив В. Нестерович. Про відсутність чіткої характеристики змін в аргі, жаргоні, сленгу в наш час писала М. Руденко.

Мета статті – проаналізувати нелітературну лексику, зокрема молодіжний сленг покоління зумерів (від 2003 року й дотепер) як особливий прошарок української лексики, яка відіграє важливу роль у житті людей, що належать до різних

соціальних груп. Об'єктом дослідження обрано молодіжний сленг, тобто стилістично нейтральні чи стилістично знижені сленгові новоутворення, або соціальний діалект молоді, передусім студентів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя та Технічного фахового коледжу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

Виклад основного матеріалу. Перед тим, як перейти до висвітлення основного матеріалу, зупинимося на дефініції: термін «сленг» походить з англійської мови й разом з професіоналізмами, вулгаризмами, жаргонізмами складає найбільшу та найбагатшу частину нелітературної мови. Так, В. Нестерович констатує: «Під сленговими термінами та виразами слід розуміти жаргонні слова, кальки, метафори, мовні запозичення, неофіційні поняття та назви, спеціальні терміни, мовні скорочення, ідіоми, фразеологізми, хештеги, емоційно забарвлені найменування, якими позначають суб'єкти, предмети, дії, явища, ситуації, закони й парадокси» [1, с. 7]. На думку Джонатана Кроутера (Jonathan Crowther), сленгізми – це неформальні слова, які існують, але вживаються в новому значенні та контексті чи нові слова. З часом деякі з них використовуються ширше й вже не вважаються сленговими, як трапилося зі словами *clever* (розумний), *naughty* (неслухняний) – вони раніше були сленговими, а тепер сприймаються як нормативні. Може бути й навпаки: чимало сленгових одиниць виходить з ужитку через декілька років. Регулярне введення нових лексем для їхньої заміни допомагає зберегти мову живою [2, с. 494 – 495].

Сленг варто розглядати в ключі понять «розмовна мова» й говірка, однак треба пам'ятати, що сленгова лексика має суттєве соціальне маркування, є вторинним утворенням, що адаптує до своїх потреб запозичені одиниці (чого не можемо сказати про жаргон і арго). Сленгова лексика утворюється шляхом повного або напівкалькування, перекладу, фонетичної мімікрії, зближення слів на основі звукової подібності: наприклад, *бро* замість *брат*, *жиза* замість *життя*, *лимон* замість *мільйон*, *телега* замість *телеграм*, *мило* замість *e-mail*.

Важливою характеристикою сленгової лексики є її «первісність». Таке явище пояснюється нестабільністю, постійною змінністю: словоформи, які не встигли закріпитися, швидко поступаються місцем іншим, крім того, ознакою «первісності» сленгу є невизначеність, розмитість значень слів, що входять у нього. *Стрёмно*, *заиквар*, *мімішно*, *го круто*, *я пруся* можуть бути і позитивною, і негативною оцінкою ситуації. Сюди належить *блін*, який є емоційним вигуком, а також слова типу *прикол*, *крутняк*, *ульот*, *чум*, *ти чел*, *повний абзаци*, *кайф*, *крейзі*, *о це профіт!* Залежно від ситуації і кола спілкування ці слова можуть виявляти різноманітні – аж до протилежних – емоції: розчарування, роздратування, задоволення, захоплення, радість, здивування та ін.

Не викликає сумнівів той факт, що особливо чутливими до субмов є студенти, старшокласники, члени молодіжних спільнот. Провівши інтерв'ю зі студентами технічних закладів освіти в Тернополі, можемо констатувати: найчастіше саме в середовищі молоді з'являються неологізми та іншомовна лексика. Невипадково сленг розглядають як соціолект, що виник з арго студентів та інтернет-спільнот. Власне, студенти спілкуються в загальних чатах і приватно переважно сленгом, тобто емоційно забарвленою лексикою нейтрального чи низького стилю, їхні неофіційні повідомлення характеризуються

експересивністю, динамічністю. Причиною динамізму є поява нових понять, які словники не встигають фіксувати. З огляду на це, маємо підстави говорити про термін *молодіжний сленг*. Припускаємо, що причиною використання іронічних, емоційно забарвлених висловів є або незнання норм літературної мови, або свідоме використання заміників звичайних слів для надання своєму мовленню певного стилістичного забарвлення, потреба виокремитися, протиставити себе дорослим, спростити спілкування з однолітками. Популярність та швидке поширення вторинної лексики пов'язуємо з активним використанням інтернет-ресурсів, де заміна звичайних слів сприймається як норма. В. Нестерович у праці «Виборча кампанія: словник сленгових термінів та виразів» зауважив, що люди використовують вторинну лексику для того, щоб спростити складну та не завжди зрозумілу пересічній людині термінологію або за рахунок вузько вживаних «сленгових термінів та виразів» зробити незрозумілим зміст внутрішньої інформації [1, с. 7].

Не потребує доведення і той факт, що кожне покоління чи соціальна група має свій стиль мовлення і незалежно від груп поширення стилістично нейтральні сленгові новоутворення не засмічують мови, а стилістично знижені є негативним явищем, оскільки пласт такої лексики розкитує мовну норму, толерує вживання обценної лексики. У більшості випадків, коли йдеться про молодіжний сленг, люди звертаються саме до тих лексичних одиниць, які є стилістично зниженими. Стилістично нейтральна та стилістично згрубіла лексика поширюється на різні види сленгу, зокрема геймерський (ІТ-шний), книголюбський, виборчий, меломанський, спортивний.

Перш ніж перейти до прикладів, зробимо кілька зауваг щодо класифікації. Сленг можемо класифікувати:

- за середовищем використання: студентський / шкільний / ресторанный / містечковий / спортивний / виборчий / кримінальний;
- за стилістичними ознаками: звичайний / нейтральний / згрубілий;
- за спорідненістю інтересів людей, зокрема комп'ютерний: *юзер*, *юзати*, *фіксити*, *деплоїти*, *шарпи*, *залогати*, *таска*, *хмара*, *зависати*, *софт*, *скриншот*, *відюха*, *відосик*, *кодер*, *лаг*, *оперативка*, *прога*, та ін.; автомобільний: *тачка*, *резина*, *скати*, *бублик*, *бумер*, *беха*; музичний: *вертушка*, *саундтрек*, *понса*, *рокерша* та ін.;
- за сферою використання: предмети повсякденного вжитку: *кроси*, *шуси*, *боді*, *худі*, *найки*, *світиоти*, *снікери*, *моми*; емоції, мовні кліше: *бай*, *хай*, *сюрпрайз*, *сорі*, *зе бест*, *ноу проблем*; культурна сфера: *паті*, *фаср-шоу*, *корпоратив*. Як бачимо, майже кожна група людей, яких об'єднують спільні інтереси, має свій особливий тип мовлення, який реалізується в сленгових новоутвореннях і є притаманним цій групі.

Провівши лінгвістичне опитування та спостереження, можемо стверджувати: сленг – невід'ємна частина життя молодих людей. У попередніх дослідженнях було зауважено, що завдяки субмові молоді люди проявляються, вражають дотепністю, показують зневагу чи байдужість до предмета розмови, посилюють або пом'якшують враження від сказаного, відчувають себе модними, сучасними. [3, с. 100]. Така тенденція залишається незмінною більш ніж 10 років. Носії мови з високим рівнем освіти під час інтерв'ю зазначили, що знання сленгу дає їм можливість результативно спілкуватися в неофіційних обставинах, однак вони не зловживають вторинною лексикою,

не дозволяють собі грубих висловлювань попри вільне володіння всіма можливостями мови.

Часто сленгові вислови «мандрують» по світу та вкорінюються майже всюди. Ілюстрацією слугує всім відоме *OK* як знак згоди. Стали популярними лексеми: *крінж*, *факап*, *хейт*, *треши*, *заиквар*, *краш*, *чел*, *дірект*, *меседж*, *івент*, *рофл*, *конфа*, *токсик*, *мерч*, *воркаут*, *ком'юніті*, *тян*, *кун* та ін. Часто нові слова називають нові явища: *хакер*, *тітушки*, *спільнокошит*, *безвіз*, *саміт*, *локдаун*, *протівсіх*, *вподобайка*, *диванний експерт*, *«карусель»*, *антивакс*, *корона*, *дистанційка*. Більшість лексем – англіцизми (оскільки на сьогодні домінують мовою у світі є англійська), частина – росіянізми, германізми, полонізми. Найбільше (46 %) усіх запозичень прийшло в нашу мову з англійської: *паті* – *вечірка*, *піпл* – *люди*, *джус* – *безалкогольний газований напій*, *бойфренд* – *хлопець*, *коханець*, *шужи* – *взуття*, *тічерка* – *вчителька*, *пліззонки* – *будь ласка*, *фейс* – *обличчя*, *н'юзи* – *новини*, *гірла* – *дівчина*. Загальноживаними стали англіцизми *сорі*, *хай*, *бай*, *френд*, *бой*, *бестовий* та ін. Помірне використання таких слів увиразнює мовлення [4]. Частота й причини вживання англіцизмів у соціальних мережах пов'язані з великоформатністю українських слів; звучання українських відповідників не завжди передає суть слова, розвиває семантику. Звісно, без англіцизмів-сленгізмів можна обійтися, оскільки в нашій мові є свої слова на означення цих понять, однак соціальні мережі, засоби масової інформації пропагують і толерують уживання вторинної лексики.

Варто зауважити, що «слова-«прибульці», надбавши собі українських афіксів, українізуються, наприклад: *драйвовий*, *прокомунікувати*, *зачекінутися»* [5], *спойлерити*, *крінжувати*, *агритися* *залогінутися*, *забайтити*, *свайтити*, *флеймити*, *офнутися*, *пофіксити*, *топчик* та ін. Це відбувається завдяки особливостям української мови, а саме: наявності розвиненої системи словотворчих моделей та чималій кількості описових виразів, за допомогою яких передаються нові поняття своїми засобами. Цінність цієї лексики – у невимуженості, емоційності, експресивності, що дає можливість висловити думку швидко, гостро, а також виявити особисте ставлення до співрозмовника. Наприклад, змінивши в мовленні слово *недолюбність* на *заиквар* чи *насмійка* на *тролінг*, можна точніше передати емоції в неформальному середовищі, однак в офіційно-діловому стилі такі слова сприймаються як порушення особистих кордонів, вияв неповаги до співрозмовника [6, с. 158].

Однією з характерних рис молодіжного сленгу є постійне оновлення лексичних засобів, швидка їх заміна новими. Якщо в будь-якому дорослому прошарку суспільства сленг «затримується» на декілька років, то в молодіжному колі «оновлення» мовлення відбувається дуже часто. Сленг сучасних мовців формується в тому оточенні, в якому вони спілкуються, звідки черпають інформацію, а це переважно «простори інтернету», засоби масової інформації, телесеріали. Молодь використовує ті лексеми, які впродовж багатьох попередніх років не втратили актуальності, крім того, творить новий пласт лексики, граючи в онлайн-ігри, відвідуючи вебінари, соціальні мережі, здійснюючи автоматичний онлайн-переклад. У попередніх наших дослідженнях з цієї теми було акцентовано на словах, стійких до змін, зокрема: *чатитися* (листуватися в соцмережах), *лайкнути* (вподобати), *зафрендитися* (попроситися в друзі в мережах), *законектитися* (зайти в мережу), *залогінутися* (увійти в обліковий запис за допомогою логіна та пароля), *вестися*

(піддаватися впливу) [3, с. 101]. На початку 20-х років XXI ст. частина лексем, які з'явилися в кінці 90-х рр. XX ст. поступово виходить з ужитку, зокрема це такі слова та звороти, як: *«Ти вкурив?»* (ти зрозумів?); *«Ти з мене виганяєш?»* (ти смієшся?); *«Ну як ти не доганяєш цього?»* (про те, що адресат не розуміє адресанта). Натомість з'являються сталі сполуки: *«Ти мене троліши?»* (грубо насміхатися); *«О, мені не зайшло»* (не сподобалося); *«Там лайтowo!»* (легко); *«Тут драйвовo!»* (коли йдеться про емоційно піднесену атмосферу); *«Ми зачекінулися в тому ресторані»* (використовується як пояснення того, що люди позначили місце свого перебування на карті за допомогою програми Foursquare); *«Він вкрашився в неї!»* (закохався); *«Не тиши, а закинй у телегу голосовуху!»* (свідчить про прохання надіслати в телеграм голосове повідомлення); *«Треба пофіксити ту програ!»* (виправити помилки в програмі); *«Зробив щось від балди»* (ідеться про недбале виконання чогось); *«Нащо вона / він флеймить?»* (під цією фразою розуміємо встрявання в чат-війну, яка не має жодного стосунку до початкової теми) [7, с. 159]. Часто вживаними, відносно новими є слова *няшний* (милий), *мімішний* (дуже милий), *фоловити* (слідкувати за кимось у соцмережах), *чілити* (нічого не робити), *хайпанути / віпіймати хайп* (стати популярним через дію, яка викликала ажіотаж, велику кількість переглядів, коментарів у соцмережах), *стрімити* (транслювати щось у реальному часі в ютубі / фейсбуці / інстаграмі).

Не викликає сумніву той факт, що студенти швидко засвоюють і творять нові лексеми, вони ще й знають низку синонімів та застосовують найвлучніші відповідники залежно від ситуації. Такого висновку ми дійшли, проаналізувавши англіцизми, які почули й записали від наших респондентів, якими рясніють соцмережі: *рофл* (кепкування), *тролінг* (насмійка / сарказм), *тригер* (подрозник), *хейт* (ненависть), *шейм* (приниження) та похідні від них: *рофлити*, *тролити*, *тригерити*, *хейтити*, *шеймити*. Варті уваги слова на позначення різної складності неприємних ситуацій: *факап / фейл* – *провал*, *невдача* (напр.: *Це був мій найбільший факап* (провал). *Як! Ну як можна було припуститися такого фейлу* (помилки) *і спалити відюху* (відеокарту)?!). Негативну оцінку подіям, явищам, речам, спілкуванню молодь дає, використовуючи такі синоніми, як *трешняк / крінж / заиквар* (сміття, дурня, непотріб), наприклад: *– Такий трешняк почув сьогодні в ТікТоці! / – Ги-ги-ги! Таку фігню* (нісенітницю) *міг сказати тільки баран. У твіттері стільки крінжу про вакцинацію від ковіду. Бачив? / – Так! Суцільний заиквар про чіпування, світову змову та іншу дурню»* [7, с. 159]. На основі цього короткого огляду переконаємося в тому, що емоційність увиразнюється контекстом ситуації, інтонацією. Крім того, необхідно зауважити, що більшість сленгізмів іншомовного походження респонденти пишуть з порушенням орфографічних норм, зокрема всім відомого «правила дев'ятки».

Важливо вказати й на те, що розуміння сленгу є важливою складовою для батьків / вчителів / виховників, а особливо – для іноземних студентів, які вивчають українську мову. Це пов'язано з тим, що вторинна мова допомагає підліткам «заявити світові про себе, протиставити себе офіційній системі», передає експресію, емоції певної культури і для того, щоб краще розуміти одне одного, всім учасникам розмови необхідно вміти зчитувати мовні коди, – наголошує психологиня Ірина Грабовська [6].

Серед дослідників побутують різні думки щодо використання сленгу. Одні вважають, що соціолект витісняє лексеми літературного походження, засмічує українську мову, не дає їй простору для розвитку, тому його потрібно викоринювати. З погляду інших, сленг у лексиконі інтелектуально багатой особистості є виявом природності, безпосередності в спілкуванні, свідченням того, що вона знає, як використовувати весь лексико-семантичний склад мови залежно від комунікативної ситуації, тобто створює своєрідне коло довіри, об'єднує своїх. На думку Ю. Шевельова, українська мова у своїй історії показала, що напливи чужих слів, виразів чи конструкцій їй не шкодять, адже в XVI, XVII і XVIII ст. українська мова була відкрита для запозичень із польської мови, частина з яких «прийнялася», а частина була відкинута, хоч загалом цей процес пішов на користь українській мові. Але на користь він пішов саме тому, що у XIX і на поч. XX ст. була здійснена велика робота вчених-мовознавців над упорядкуванням української літературної мови, забезпеченням її чистоти [8].

Висновки. Сутність викладеного дає підстави стверджувати, що сленг побутує в розмовному стилі мовлення, «базується» на основі літературної мови й не може функціонувати автономно та не зафіксований у словниках. Крім того, сленг, так само як діалектизми, жаргонізми, професіоналізми, вульгаризми, свідчить про природне формування мови, робить спілкування серед «своїх» невимушеним, легким, швидким, створює своєрідне коло довіри, об'єднує. Той факт, що молодь знає, як використовувати весь лексико-семантичний склад мови залежно від комунікативної ситуації дає підстави говорити про молодіжний сленг як функціональний стиль. Основою сленгу є неологізми та англіцизми. Надмірне вживання жаргонної лексики, сленгових одиниць, особливо стилістично згрублених, засмічує літературне мовлення, підриває мовні норми, свідчить про низьку мовну культуру носія мови. Питання є актуальним і цікавим, потребує глибшого дослідження щодо сфери вживання та теоретичного осмислення, чіткішої класифікації.

Література:

1. Нестерович В. Ф. Выборча кампанія: словник сленгових термінів та виразів. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 648 с.
2. Crowther J. Guide to British and American Culture. Oxford University Press, 1999. 495 p.
3. Назаревич Л., Гавдида Н. Професійний та молодіжний жаргони: особливості вживання у студентському середовищі. Одеський лінгвістичний вісник. Одеса, 2015. № 5. С 99–103.
4. Обережно: сленг! URL: <https://cutt.ly/rIcKNiU> (дата звернення: 20. 01. 2022).

5. Що таке українська мова? Ukrainer. URL: <https://ukrainer.net/mova/> (дата звернення: 20. 01. 2022).
6. Корольчук М. Як зрозуміти підлітка: словник молодіжного сленгу. URL: <https://learning.ua/blog/202004/yak-zrozumity-pidlitka-slovnnyk-molodizhnoho-slenhu/> (дата звернення: 25. 01. 2022).
7. Назаревич Л., Назаревич Т. Сленг у студентському середовищі зумерів. *Дослідження різних напрямів розвитку філологічних наук* : Міжнар наук.- практ. конф., м. Львів, 26–27 листоп. 2021 р. Львів, 2021. С. 157–160.
8. Шевельов Ю. Пуризм в українській мові. *Українські вісті*. Ч. 23–5. VI. 1966.

Nazarevych L., Masiuk H. Youth slang: theoretical aspects and the field of usage

Summary. The article deals with a topical issue of a social dialect, in particular, stylistically neutral and stylistically reduced lexical units. The object of research is the live speech of students of Ternopil, the youth slang. Descriptive and empirical approaches formed the basis of our research. In this study, slang is considered as an especially expressive linguistic phenomenon and one of the functional styles of language. It is pointed out that slang, together with other sociolects, is the largest and richest part of non-literary language, and belongs to the secondary vocabulary, which is 'built' on the basis of literary language and cannot exist autonomously. The concept of 'youth slang' is theoretically substantiated; the reasons for formation of social dialects are revealed, the environment and the spread of slang lexis are discussed. The objective of the article is to analyze slang in the students environment of Ternopil Ivan Puluj National Technical University and Technical Vocational College of Ternopil Ivan Puluj National Technical University; to draw the attention of linguists to the theoretical understanding of this phenomenon in oral and written terms; focus on slang as a characteristic of live speech and the way to express an emotional opinion or demonstrate a personal attitude to interlocutors; to single out Ukrainianized foreign words formed by means of Ukrainian affixes. The article presents the overview of recent researches concerning slang, gives their classification and examples of usage. Such characteristics of slang as expressiveness, ease, originality are described. The relevance and irrelevance of slang in oral speech and in formal style are discussed. It is concluded that slang words borrowed from foreign languages interfere with the native orthographic rules, their major feature are indefinite blurred lexical meanings of the words, which, depending on the situation and communicative environment, attain positive or negative connotation. In fact, due to such changeability, the dictionaries are not able to register the updated stylistic variants of the ordinary words.

Key words: language, slang, youth slang, jargon, language style.