

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Кафедра «Іноземна філологія та переклад»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**ЛІНГВАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ:  
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ ТА ФУНКЦІЙНО-  
КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТИ**

Виконала	студентка групи ГФз-314м <b>Зеркаль Анастасія Вікторівна</b>
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Спеціалізація	035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська
Керівник	к.філол.н, доц. О.М. Хавкіна

Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет гуманітарний  
Кафедра «Іноземна філологія та переклад»  
Ступінь вищої освіти другий (магістерський)  
Спеціальність 035 «Філологія»  
Освітня програма (спеціалізація) 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
В.о. завідувача кафедри  
доц. Н. М. Жукова

«. » грудня 2025 року

З А В Д А Н Н Я  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

**Зеркаль Анастасії Вікторівни**

1. Тема кваліфікаційної роботи: **ЛІНГВАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ ТА ФУНКЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТИ**

керівник кваліфікаційної роботи Хавкіна Олена Миколаївна, к. філол. н., доцент кафедри «Іноземна філологія та переклад»

затверджені наказом закладу вищої освіти від «13» листопада 2025 р. № 508

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи: 18 грудня 2025 р.

3. Вихідні дані кваліфікаційної роботи: теоретичні та критичні праці вітчизняних і зарубіжних дослідників, що висвітлюють проблеми сленгу, нелітературної лексики та інтернет-комунікації (Ставицька Л. О., Комов О. В., Пода О. Ю., Масенко Л. Т., Бацевич Ф. С., Partridge E., Lighter J. E., Farmer J. S., Henley W. E., Stoller R. J. та ін.), а також суцільна вибірка англомовних інтернет-сленгових одиниць, відібраних із соціальних мереж, блогів, чатів, коментарних платформ та лексикографічних джерел.

4. ЗМІСТ розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити): 1. Теоретичні засади дослідження інтернет-сленгу.  
2. Структурно-семантичні характеристики інтернет-сленгу.  
3. Функціонально-комунікативний аспект інтернет-сленгу

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
I	Хавкіна О. М., к. філол. н., доцент		
II	Хавкіна О. М., к. філол. н., доцент		
Нормоконтроль	Лещенко Г.А., к. філол. н., доцент		

7. Дата видачі завдання «11» вересня 2025 року.

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	вересень 2025	виконано
2.	Розробка завдання на кваліфікаційну роботу	вересень 2025	виконано
3.	Складання календарного плану кваліфікаційної роботи	вересень 2025	виконано
4.	Збирання матеріалу	жовтень 2025	виконано
5.	Підготовка розділу 1	жовтень 2025	виконано
6.	Підготовка розділу 2	жовтень 2025	виконано
7.	Підготовка розділу 3	листопад 2025	
8.	Підготовка вступу	листопад 2025	виконано
9.	Написання вступу і загальних висновків роботи	листопад – грудень 2025	виконано
10.	Оформлення кваліфікаційної роботи	грудень 2025	виконано
11.	Проходження нормо контролю	грудень 2025	виконано
12.	Рецензування кваліфікаційної роботи	грудень 2025	виконано
13.	Захист кваліфікаційної роботи	грудень 2025	виконано

Студентка

\_\_\_\_\_

Зеркаль А.В.

Керівник проєкту (роботи)

\_\_\_\_\_

Хавкіна О. М.

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 108 с., 1 рис., 1 додаток, 88 джерел.

Об'єкт дослідження – англomовний інтернет-сленг як лінгвальна підсистема сучасної мови.

Мета дослідження – комплексний аналіз структурно-семантичних і функційно-комунікативних характеристик англomовного інтернет-сленгу та виявлення закономірностей його творення, розвитку і функціонування у цифровому комунікативному середовищі.

Методи дослідження – описовий, контекстуально-інтерпретаційний, лінгвістичного спостереження, структурно-семантичного аналізу, порівняльних спостережень, а також елементи кількісного аналізу.

У першому розділі проаналізовано теоретичні підходи до визначення сленгу, з'ясовано його структурні та соціолінгвістичні ознаки, охарактеризовано особливості інтернет-дискурсу та чинники, що зумовлюють появу інтернет-сленгової лексики. У другому розділі проведено структурно-семантичний аналіз інтернет-сленгу, виявлено способи словотворення, механізми семантичних трансформацій, адаптацію іншомовних запозичень та прояви полісемії. У третьому розділі визначено функційно-комунікативні властивості інтернет-сленгу, обґрунтовано його роль у процесах групової ідентифікації, міжособистісної взаємодії та формуванні дискурсивних стратегій цифрового спілкування.

У результаті проведеного дослідження охарактеризовано сучасні англійськомовні інтернет-сленгізми, визначено їх функції, проаналізовано найпродуктивніші шляхи та моделі їх творення, з'ясовано їх семантичні ознаки.

ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГ, ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРС, СЛЕНГІЗМИ,  
СЕМАНТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ, СЛОВОТВОРЕННЯ, ПОЛІСЕМІЯ,  
ЗАПОЗИЧЕННЯ, ЦИФРОВА КОМУНІКАЦІЯ, ГРУПОВА ІДЕНТИФІКАЦІЯ

## ЗМІСТ

Завдання на роботу	
Реферат	
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ.....	10
1.1. Поняття сленгу та його місце у мовній системі.....	10
1.2. Інтернет як нове середовище формування мовних інновацій....	17
1.3. Особливості інтернет-дискурсу .....	21
1.4. Лінгвальні особливості інтернет-комунікацій та сленгу .....	32
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ .....	47
2.1. Структурні особливості інтернет-сленгу: способи творення сленгових одиниць .....	47
2.2. Семантичні особливості інтернет-сленгу: типи семантичних трансформацій .....	56
2.3. Англomовний інтернет-сленг як джерело запозичень у сучасному українському інтернет-дискурсі.....	62
РОЗДІЛ 3. ФУНКЦІОНАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ.....	71
3.1. Інтернет-сленг як засіб групової ідентифікації.....	71
3.2. Функції інтернет-сленгу.....	78
ВИСНОВКИ.....	87
SUMMARY.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	95
ДОДАТОК Публікації за темою роботи .....	103

## ВСТУП

Сучасний етап розвитку мовної комунікації характеризується стрімкою цифровізацією, що суттєво впливає на функціонування мови та формування нових мовних практик. Особливе місце у цьому процесі посідає інтернет-сленг – динамічний, мобільний пласт лексики, який активно розвивається в онлайн-середовищах, таких як соціальні мережі, форуми, чати, відеоплатформи, стрімінгові сервіси тощо. Інтернет-сленг відображає специфіку комунікації в умовах мультимодальності, високої швидкості інформаційного обміну, експресивності й ігрової природи цифрового дискурсу. Його вивчення є актуальним не лише з погляду сучасної лінгвістики, але й у контексті соціолінгвістики, прагматики, медіалінгвістики та досліджень інтернет-комунікації загалом.

Науковий інтерес до інтернет-сленгу зумовлений тим, що це явище акумулює ознаки мовної творчості, неологізації, вторинної номінації та міжкультурної взаємодії. Проблематиці цифрового мовлення та інтернет-засобів комунікації присвячено низку праць сучасних дослідників, серед яких варто відзначити напрацювання Н. Бойко [11], К. Бровко [14], П. Грабового [24; 25], Т. Кондратюка [76], С. Лук'яненка [34], О. Селіванової [52, 53], Л. Ставицької [54, 80], що формують теоретичне підґрунтя для аналізу інтернет-сленгу як окремої мовної підсистеми. У сучасній лінгвістиці інтернет-сленг розглядається як маркер групової ідентичності, засіб мовної економії та інструмент емоційно-оцінної комунікації, що дозволяє адаптувати мовлення до специфіки цифрових майданчиків.

**Актуальність** цього дослідження зумовлена зростанням ролі електронної комунікації в повсякденному житті та необхідністю наукового осмислення мовних процесів, що відбуваються в онлайн-просторі. Інтернет-сленг формує нові моделі соціальної взаємодії, впливає на культурні практики, уніфікує й водночас диференціює спільноти користувачів. Вивчення його структурно-семантичних характеристик та функційних параметрів дає змогу

окреслити закономірності розвитку сучасної мови, краще зрозуміти механізми мовної творчості та трансформації лексики в умовах цифрової глобалізації. Результати такого аналізу можуть бути корисними для фахівців у галузях лінгвістики, журналістики, соціальних комунікацій, перекладознавства та медіаосвіти.

**Зв'язок роботи з науковими темами.** Кваліфікаційну роботу виконано в межах ініціативної наукової теми кафедри іноземної філології та перекладу НУ «Запорізька політехніка» № 06124 «Лінгвосеміотичні параметри міжкультурної комунікації». Тему роботи затверджено наказом ректора № 508 від 13 листопада 2025 р.

**Об'єктом** дослідження виступає інтернет-сленг як специфічний різновид сучасної лексики, що функціонує в цифровому комунікативному середовищі.

**Предметом** дослідження є структурно-семантичні та функційно-комунікативні характеристики інтернет-сленгу в англomовному інтернет-дискурсі.

**Метою** роботи є комплексне дослідження англomовного інтернет-сленгу з позицій його структурної організації, семантики, комунікативних функцій та прагматичних особливостей у сучасному цифровому просторі.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання низки завдань:

- визначити поняття «інтернет-сленг» та окреслити його місце у сучасній лексичній системі мови;
- проаналізувати структурні моделі творення інтернет-сленгу та їхні типологічні особливості;
- схарактеризувати семантичні процеси, притаманні інтернет-сленгу (переосмислення, метафоризацію, аббревіацію, компресію тощо);
- описати функційно-комунікативні параметри інтернет-сленгу в англomовному інтернет-дискурсі;
- визначити роль інтернет-сленгу як засобу групової ідентифікації та інструменту креативної комунікації;

- охарактеризувати функції інтернет-сленгу в сучасному онлайн-спілкуванні.

**Матеріалом** дослідження є англомовні інтернет-комунікації різних платформ (соціальні мережі Facebook, Twitter/X, Instagram, TikTok), а також електронні словники сленгу (Urban Dictionary, Cambridge Dictionary Online та ін.).

У роботі застосовано наступні **методи дослідження**: *дескриптивний метод* – для виявлення, систематизації й опису одиниць інтернет-сленгу; *метод структурного аналізу* – для визначення типів словотворчих моделей; *метод семантичного аналізу* – для дослідження значеннєвих трансформацій; *елементи прагматичного аналізу* – для визначення комунікативних функцій інтернет-сленгу; *квантитативний метод* – для встановлення частотності певних структурних моделей та функцій; *контекстуальний аналіз* – для інтерпретації залежності значення сленгової одиниці від умов комунікації.

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає в комплексному, багатоаспектному аналізі англомовного інтернет-сленгу як динамічної лінгвальної підсистеми сучасної мови з урахуванням структурно-семантичних і функційно-комунікативних параметрів його функціонування в цифровому дискурсі.

У роботі уточнено теоретичне розуміння поняття інтернет-сленг шляхом його розмежування з суміжними явищами нелітературної лексики (жаргоном, арго, професіоналізмами) та обґрунтовано його статус як відкритої, мобільної й соціально маркованої лексичної підсистеми, що формується в умовах мультимодальної онлайн-комунікації.

Уперше систематизовано та узагальнено основні структурні моделі творення англомовних інтернет-сленгізмів з урахуванням продуктивності словотвірних процесів (аббревіації, компресії, контамінації, словоскладання, графічних модифікацій) у середовищі соціальних мереж і цифрових платформ. Виявлено специфіку їхньої реалізації залежно від комунікативного жанру та платформи.

Подальшого розвитку набуло дослідження семантичних трансформацій інтернет-сленгу, зокрема процесів метафоризації, переосмислення, полісемізації та зміни оцінної конотації сленгових одиниць у межах інтернет-дискурсу. Показано, що семантична динаміка інтернет-сленгізмів зумовлена не лише мовними, а й соціокультурними та прагматичними чинниками цифрового спілкування.

**Теоретичне значення** роботи полягає у поглибленні сучасної лінгвістичної теорії щодо розвитку нових лексичних пластів у мові, уточненні структурно-семантичних характеристик інтернет-сленгу та розширенні знань про механізми мовних змін у цифровому дискурсі.

**Практичне значення** полягає у можливості використання результатів дослідження в курсах сучасної англійської мови, соціолінгвістики, медіалінгвістики, перекладознавства, а також у практичній діяльності журналістів, викладачів та фахівців з комунікацій. Матеріали роботи можуть слугувати базою для укладання словників інтернет-сленгу та для подальших досліджень у сфері цифрової комунікації.

**Апробацію** результатів дослідження здійснено на XVI Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі» (17–18 квітня 2025 року, Херсонський національний технічний університет), за підсумками якої було опубліковано тези за темою «Семантичні зміни англійськомовного сленгу в соціальних мережах (на прикладі Facebook, Tiktok та Instagram)» (Додаток А).

**Структура** роботи зумовлена логікою наукового дослідження, його метою та поставленими завданнями. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (88 найменувань) та додатків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ

#### 1.1. Поняття сленгу та його місце у мовній системі

Словниковий запас будь-якої мови зазвичай охоплює значну кількість сленгових одиниць, що виникають як результат соціальної чи професійної взаємодії певних груп носіїв. Мовознавці В. Чорна, О. Логінова стверджують: «Навіть у періоди, коли мова перебувала під тиском тоталітарних режимів і формувалася як уніфікована літературна система, існування численних діалектів і сленгових різновидів засвідчує її внутрішню динаміку та здатність до постійного розвитку» [59, с. 147].

У суспільному розвитку мова посідає надзвичайно важливе місце, оскільки виступає одним із найвпливовіших інструментів встановлення та підтримання взаємодії між людьми в усіх сферах життя. Вона не лише передає знання про носіїв, їхню культуру, країну та історію, а й слугує своєрідним дзеркалом, що відображає актуальні соціальні трансформації. Поява й активне функціонування молодіжного сленгу є показником таких змін і свідчить про особливості соціокультурного досвіду сучасного молодого покоління.

У більшості мов окреме слово може набувати різних значень залежно від контексту, і ця багатозначність може проявлятися також і у молодіжному сленгу. Сленг відіграє помітну роль у загальному формуванні мови, підсилюючи її самобутність та підкреслюючи відмінність від інших мовних систем. Його використання розширює можливості комунікації, дозволяючи виражати думки та емоції в спосіб, що виходить за межі традиційних та граматичних норм.

На думку дослідника В. Хім'як кожне покоління формує власний набір сленгових одиниць, які відображають специфіку його світогляду та соціального досвіду. Погодимося з науковцем в тому, що «саме тому

молодіжний сленг нерідно створює комунікативні труднощі для старших поколінь які не завжди здатні інтерпретувати ці мовні інновації» [58, с. 212].

На початковому етапі опанування будь-якої мови легко зіткнутися з труднощами, пов'язаними зі значною кількістю сленгових одиниць та їх полісемічністю. Також оволодіння сленгом передбачає розуміння специфічних граматичних умов функціонування мовних одиниць і вміння доречно використовувати їх у відповідному контексті. Це дає змогу уникати комунікативних неточностей, ефективніше добирати синонімічні засоби та пом'якшувати висловлювання, що, у свою чергу, сприяє створенню позитивного враження під час спілкування.

На думку науковця С.Лук'яненка, «Особливо важливо розмежовувати сленг і ненормативну лексику, оскільки ці два типи мовних одиниць суттєво різняться за функцією та стилістичним статусом. Невдале використання одного з них може негативно вплинути на репутацію людини» [34, с. 104].

Як відомо, лексичний склад будь-якої мови є надзвичайно різноманітним та багатим. У сучасного мовленні те саме слово може функціонувати в різних варіантах або набувати різних значень; крім того, існує велика кількість лексем, зрозумілих лише окремим соціальним чи професійним групам. Такі слова належать до нелітературної лексики, зокрема до сленгу. Перш ніж детально розглядати поняття сленгу, слід визначити, які види лексики існують на сучасному етапі розвитку мови.

Загалом увесь лексичний запас будь-якої мови традиційно поділяють на літературну та нелітературну лексику. До літературної зазвичай відносять розмовну, книжну та нейтральну лексику, тобто слова, що функціонують у художній, усній та діловій комунікації та не виходять за межі нормативного вжитку. У свою чергу, нелітературну лексику можна поділити на вульгаризми, жаргонізми, професіоналізми та сленг.

Як зазначає мовознавець Т. Кондратюк, у словнику сучасного українського сленгу: «Вульгаризми – це грубі слова та вирази, які використовуються людьми нижчого соціального статусу (торгівці

наркотиками, бездомні, ув'язнені), але є неприйнятними в сфері спілкування інтелігентних та високоінтелектуальних людей [76, с. 45].

У своїх дослідженнях М. Руденко наводить таке визначення: «Жаргонізми – лексичні одиниці, якими послуговуються люди, що мають однакові інтереси або перебувають у загальних соціальних групах, і несуть у собі певний таємний зміст, незрозумілий для людей, що не входять до цієї групи» [51, с. 98].

Мовознавець Л. О. Пустовіт у словнику іншомовних слів пропонує таке визначення: «Професіоналізми – це слова, використовувані конкретною групою людей, тієї самої професії» [77, с. 401].

Деякі вітчизняні мовознавці, наприклад, М. Руденко [51, с. 98], М. Олексієнко [44], нерідко ототожнюють поняття «сленг» і «жаргон», проте важливо звернутися до тих класифікацій, які чітко розрізняють терміни «арго», «жаргон» і «сленг». Так, Л. Ставицька визначає арго як специфічний спосіб спілкування, характерний для декласованих елементів, особливо у злочинному середовищі. Його головною функцією є приховування змісту комунікації та відокремлення групи від решти суспільства [54, с.187].

На думку М. Бойко, Л. Ставицької сленг відрізняється від арго і жаргону, перш за все, своєю відкритістю, загальновідомістю і загальноживаністю, внаслідок чого його часто трактують як загальний або міський жаргон або інтержаргон. Сленгізми зустрічаються не тільки в неформальній комунікації, але потрапляють і в ЗМІ, хоча, подібно арго і жаргону, сленг теж характеризується деякою соціальною обмеженістю, «але не визначеною, груповою, а інтегрованою і перехідною: це «мова» швидше молодих, ніж літніх, і це «мова», що зазвичай орієнтується більше на соціально близьких, «своїх», ніж на «чужих» [10, с. 33-34].

Подібна класифікація представлена і в статті Я. Божка, який пропонує наступні дефініції: «Арго входить до складу соціально-професійного мовлення і розглядається вченим як родове поняття, що об'єднує лексикон різних антисоціальних і декласованих елементів суспільства – кримінальних

угруповань, гангстерів, мафії, злодіїв, бродяг, жебраків, бомжів, повій. Арго відрізняє пейоративна експресія, а його основною функцією є функція пароля» [9, с. 56].

Н. Бойко припускає, що сленг входить до складу експресивного мовлення і трактується як шар загальновідомої і загальноживаної лексики і фразеології з пейоративною експресією і основною емотивною функцією. Жаргони, що входять до складу соціально-професійного мовлення, підрозділяються автором на два типи: професійні та корпоративні [11, с. 78].

Професійні жаргони трактуються лінгвістом як мікросистеми мовлення, у межах яких функціонує професійно обмежена лексика. Для них характерні жартівливо-іронічна, фамільярно-глузлива або навіть принизлива експресія, а також виразна комунікативна спрямованість. Такі жаргони використовуються представниками різних соціально-професійних груп у ситуаціях професійного спілкування.

Як зазначають вчені А. Павельєва та І. Сотніченко, «Корпоративні жаргони, своєю чергою, визначаються як мікросистеми мовлення, що містять корпоративно обмежену лексику та характеризуються переважно пейоративною або яскраво вираженою емотивною функцією. Вони функціонують у межах різних субкультурних груп і застосовуються поза професійними контекстами» [46, с. 156].

Підсумовуючи викладене Л. Ставицькою, можна зазначити, що взаємозв'язки між арго, жаргоном і сленгом ілюструються у схемі (рис. 1.1) у вигляді концентричних кіл. У центрі розташоване ядро – арго, що є закритою системою з непрозорою семантикою одиниць. Наступний рівень представлений жаргоном – більш широкою мовною системою, яка поповнюється за рахунок запозичення арготизмів, часто зі зміною їхнього значення. Зовнішнє коло займає сленг – найменш закрита мовна система, у якій домінує експліцитний характер лексичних одиниць. Багато сленгових виразів мають мотивоване значення, що сприяє їхній зрозумілості та поширенню [54].



Рис. 1.1. Взаємозв'язки між арго, жаргоном і сленгом [54].

Як зазначає В. Чорнобай, термін «сленг» бере свій початок в англійській лексикографії на початку XIX століття і впродовж свого розвитку зазнає суттєвих змін у трактуванні. Спершу він уживався у надзвичайно широкому розумінні, охоплюючи морфологічні, фонетичні, синтаксичні та лексичні відхилення від усталених мовних норм. Проте вже у 19 столітті концепція сленгу поступово конкретизувалася: під ним почали розуміти різновид популярного мовлення, що розташовується нижче рівня загальноприйнятої розмовної мови та включає нові або модернізовані слова зі специфічними, часто обмеженими значеннями [61, с. 77].

Згодом термін набув поширення серед лексикографів і став широко застосовуватися для позначення слів та висловів, які не вважалися одиницями англійської літературної мови [5, с. 142]. Таким чином, сленг поступово утвердився як окрема мовна категорія, що відбиває динамічні процеси, притаманні суспільному та комунікативному розвитку.

На сьогодні в лінгвістиці немає єдиного визначення поняття «сленг». Складність розкриття витоків терміну пов'язана з його багатоаспектністю та різноманітністю дефініцій, які пропонують його дослідники та автори словників. Сленг не має термінологічної точності, і буквально кожен із

мовознавців-дослідників цього мовного явища дає йому власне визначення. Більше того, навіть словники дають різні визначення поняття «сленг».

Наприклад, у словнику «Oxford Dictionary & Thesaurus of Current English» натрапляємо на визначення: «Сленг – це тип мови, що складається з фраз та окремих слів, які у свою чергу є неофіційними та широко поширені у мовленні носіїв мови та, як правило, обмежуються певним контекстом чи групою людей» [82]. Словник «Longman Dictionary of Contemporary English» дає таке визначення: «Сленг – це неформальна, подекуди навіть образлива мова, що використовується певними людьми, які перебувають у одній групі, наприклад, злочинцями чи студентами» [83].

Серед дослідників сленгу також немає єдиної думки щодо визначення поняття «сленг». Видатний дослідник сленгу Е. Партрідж говорить про сленг як про «притаманну неформальній обстановці доволі нестійку, неміцну або некодифіковану, а нерідко й зовсім безладну та випадкову сукупність лексем, яка відображає суспільну свідомість людей, що належать до загального професійного чи соціального середовища» [74, с. 65].

Сленг, за О. Селівановою, – «нелітературна додаткова лексична система, яка представляє паралельну експресивно-оцінну, найчастіше стилістично знижену синонімію позначень загальновідомих понять і належить певній соціальній субкультурі; різновид соціолекту – соціально маркованої лексики певно суспільної групи (професійної, вікової й ін.) у межах національної мови» [52, с. 560]. Його популярність, зокрема сленгу соціальних мереж, може бути пояснена бажанням соціальної групи, що його використовує, ідентифікувати та виділяти себе із широкого загалу. Будь-які сленгізми, у тому числі й соціальних мереж, характеризуються нетривкістю в часі, в результаті чого зазнають семантичних змін, які включають розширення, звуження значення, зміну конотації та метафоризацію слів.

Отже, під сленгом розуміють свідоме й навмисне використання мовцем одиниць, що відхиляються від літературного стандарту, передусім зі стилістичною метою. Сленг дозволяє відмежувати висловлювання від

загальноновизнаних мовних моделей, надати йому ефекту новизни та нетиповості, а також допомагає мовцю передати власний настрій і підсилити експресивність мовлення. Використання сленгу забезпечує висловлюванню жвавість, стислість та образність.

До засобів, що сприяють формуванню сленгових одиниць, належать метонімія, евфемізми, метафора, синекдоха, скорочення, okazionalizmi, народна етимологія, неологізми, ономотопея, словоскладання, переосмислення власних назв як загальних та аналогічні процеси розширення значення [21; 66].

Підсумуємо, що сленг є одним із варіантів соціальних діалектів і включає розмовні, експресивні та емоційно-насичені слова, що оживляють мову, а іноді і допомагають краще зрозуміти співрозмовника. Хоча сленг не визнається канонічними словниками, його активно використовують у мовній практиці, він є невід'ємною частиною повсякденної розмовної мови. При цьому сленг – різновид мови, який використовується переважно в розмовному мовленні окремої відносно стійкої соціальної групи, у яку об'єднуються люди тієї самої професії або віку.

Сленг постійно еволюціонує та розвивається, враховуючи запити суспільства і зміни в технологіях. Це – живе, складне явище, яке полегшує вербальну комунікацію і сприяє розумінню. Використання сленгу має вирішальне значення для мови та є важливим для підтримки її життєздатності та актуальності [48, с. 33].

Як вказує Ф. Бацевич [7], «зважаючи всі «за» та «проти», можна поділити суспільство на прихильників сленгу, а також критиків. Прихильниками сленгу часто є сама молодь, що вважає це модним, різнобічним і неповторним процесом. Багато сучасників знайшли спільні погляди і вважають сленг необхідною частиною повсякдення. Цю думку можна поділити разом з ними, адже під цим поняттям «ходять» і різного роду професійні слова. Слова, яких не існувало, але які, з'явившись, поліпшили зв'язки людей тієї чи іншої професії, того чи іншого роду діяльності.

Критиками сленгу вважають лінгвістів Л. Антошкіну, Г. Красовську, П. Сигеду, О. Сухомлинова, які виступають виключно «за» чисту, милозвучну мову, прирівнюючи сленг чи жаргон до суржика» [2, с. 56].

На думку мовознавиці О. Білецької: «Молодь, як одна із найактивніших соціальних груп, бере участь у широкому спектрі комунікативних практик, що зумовлює постійне взаємозбагачення її мовлення сленговими виразами, запозиченими з інших соціальних прошарків, із якими молоді люди взаємодіють. Молодіжний сленг функціонує як різномірний соціальний жаргон, що динамічно розвивається та елементи якого поступово інтегруються у мовлення значних груп населення» [8, с. 96].

Активне використання як загальномовних ресурсів, так і специфічних лексичних та стилістичних засобів сприяє тенденції оновлення усного та частково літературного мовлення, відображаючи загальні процеси мовної еволюції.

## **1.2. Інтернет як нове середовище формування мовних інновацій**

З появою такого комунікативного середовища, як мережа Інтернет, сформувався новий тип дискурсу – інтернет-дискурс, який виокремлюється за критерієм «канал спілкування». Відомо, що будь-яка людина за бажанням може долучитися до комунікації в Інтернеті, не залежно від просторових чи часових обмежень, що й відрізняє цей тип дискурсу від традиційних форм мовленнєвої взаємодії.

Сьогодні інтернет-комунікація постає як складний і багатогранний процес, який, попри свою поширеність, досі залишається відносно недостатньо дослідженим у лінгвістичному аспекті.

В дослідженнях Л. Пашинська зазначає, що «Інтернет-дискурс – це процес створення тексту, зумовлений низкою прагматичних, соціокультурних та психологічних факторів, що передбачає взаємодію людей та

супроводжувальні її когнітивні процеси» [49, с. 98]. Характерною ознакою віртуального дискурсу є відсутність зримих соціальних, гендерних та вікових градацій, що неможливо оминати в більшості видах дискурсу. Градація на просторах інтернету замінюється на певну модель поведінки наприклад, на інтернет-форумах виділяють градацію «модератор-користувач», де модератори розрізняються за наявністю певних регулювальних прав на тому чи тому форумі [23].

Інтернет-дискурс передбачає наявність певних технічних можливостей, зокрема наявність пристрою (ПК, телефона) та доступ до мережі Інтернет. Але водночас, урахуваючи штучність комунікативного середовища, інтернет-дискурс не має жодних часових чи географічних обмежень: взаємодія між користувачами можлива незалежно від їхнього місцезнаходження та часових поясів.

Віртуальна територія Інтернет є дуже великою, вона пропонує для користувача необмежену кількість майданчиків для інтернет-дискурсу, наприклад: блоги, інформаційні сайти, форуми, інтернет-магазини, особисті сторінки користувачів, чати, соціальні мережі та ін. На кожному майданчику користувачеві надаються різні можливості та інформація. Для інтернет-дискурсу характерною є складна будова й наявність окремих тематичних центрів (економічних, спортивних, розважальних, медичних та ін.).

Для інтернет-дискурсу виокремлюють наступні конститутивні ознаки:

- цифровий сигнал, що є каналом спілкування;
- віртуальність;
- дистантність (спілкування з різних частин країни або світу, різних часових поясів;
- комбінація декількох видів дискурсу;
- опосередкованість (здійснюється з використанням технічних засобів);
- специфічна етика (правила спілкування в комп'ютерному середовищі).

У дискурсивному аспекті до комп'ютерної комунікації відносять розповідь, повідомлення, твердження, міркування, аргументацію, докази – тобто, усі термінологічні атрибути різних стилів мови.

Як слушно зауважує Г. Гудима: «Мову, якою висловлюються користувачі під час інтернет-комунікації, прийнято розглядати як особливий вид дискурсивної практики, у якій інтернет-мислення є ніби феноменом внутрішнього мовлення. Сьогодні користувачі Інтернету вільно висловлюють власні думки, незважаючи на регламент, субординацію та думку інших. Характерними для інтернет-користувачів є такі риси, як масовість поруч з відносною анонімністю, рівні можливості, психологічна свобода, прагнення позмагатися, добровільне об'єднання відповідно до інтересів та цінностей та оперативність» [26, с. 110].

Інтернет-дискурс об'єднує мовні елементи з різних категорійних підсистем, змішуючи лексичні та граматичні форми, синтаксичні структури й елементи просодії, що ускладнює його сприйняття. Як зазначає мовознавець М. Кочерган, «На сучасному етапі розвитку мовознавства вивчення онлайн-дискурсу зумовлене когнітивними факторами та механізмами його формування, комунікативними особливостями, прагматичними аспектами, референційними теоріями та мовно-культурним різноманіттям. Одним із ключових завдань сучасної інтернет-лінгвістики є визначення диференційних ознак мовних одиниць, котрі кваліфікують як сленгізми, а також виявлення ціннісних орієнтацій і факторів, необхідних для проведення лінгвокультурного аналізу концептуальної складової онлайн-дискурсу» [31, с. 56].

Особливо цікавими є розмовні мережеві жанри, що відображають своєрідність мови Інтернету, саме в них найвиразніше виявляється сленг.

У своїх дослідженнях Ю. Маковецька-Гудзь припускає, що «якщо говорити про особливості мови Інтернету, то її найхарактернішими ознаками виступають наступні:

- спеціальні піктограми для невербального спілкування, наприклад, «смайлики», за допомогою яких передаються почуття чи стани у вигляді малюнків чи символів;
- нейтральні засоби мовної літератури;
- нелітературні мовні засоби;
- нові слова, що з'являються в слензі під впливом технічного жаргону;
- ономастична лексика та підвищена експресія;
- переважання аграматизмів (недотримання синтаксичних й пунктуаційних правил);
- емоційний синтаксис» [35, с. 660].

Виходячи з особливостей інтернет-дискурсу, можна зробити висновок, що цей простір на сьогодні є найпродуктивнішим щодо застосування сленгу, оскільки саме через віртуальні мережі користувачі не бояться застосовувати сленг, допускати помилки чи показувати власну позицію стосовно певного питання. Крім того, ця платформа є ідеальною для виникнення сленгу, наприклад, у ситуаціях, коли користувачеві необхідно швидко висловити своє бачення, він може створювати нові слова, якими він пояснює ситуацію. І зрозумілі вони будуть тільки користувачам, які спілкуються в цей момент із людиною. Така ситуація часто виникає під час онлайн-трансляції певних ігор чи іншого процесу, що здійснюється користувачем.

Одним із найпопулярніших жанрів інтернет-дискурсу є блог, що являє собою веб-сайт, на якому наявні невеликі нотатки, фото, посилання, відео, аудіо. Найчастіше у блозі висловлюється думка автора стосовно певних питань, його життя. Блогери (автори блогів) навіть заробляють кошти, ведучи власну сторінку в певній соціальній мережі. І звісно, у коментарях до постів у блогах молодіжний сленг не може не бути присутнім. Крім того, власне у дописах особи, що ведуть сторінки, також використовують сленгові слова, адже в такий спосіб можна бути ближчим до своєї аудиторії.

Узагальнюючи викладене, слід зазначити, що інтернет постає унікальним комунікативним простором, у якому мовні інновації виникають, поширюються та закріплюються з безпрецедентною швидкістю. Динаміка цифрового середовища, його мультимодальність, поліфункціональність та соціально мережевий характер створюють умови для формування нових одиниць, значень і моделей мовної поведінки, що трансформують традиційні мовні норми та ускладнюють межі між усним і писемним мовленням. Саме тому інтернет слід розглядати не лише як технічну платформу комунікації, а як інноваційний лінгвосоціокультурний простір, у якому зароджується й розвивається сучасний сленг соціальних мереж, виконуючи важливі структурно-семантичні та функційно-комунікативні ролі в сучасній мовній системі.

### **1.3. Особливості інтернет-дискурсу**

Дискурс є багатозначним терміном низки гуманітарних наук, предмет яких прямо чи опосередковано передбачає вивчення функціонування мови: лінгвістики, літературознавства, семіотики, соціології, філософії, етнології та антропології. Чіткого і загально визнаного визначення терміна «дискурс», яке охоплює всі випадки вживання, не існує, і не виключено, що саме цим пояснюється чимала зацікавленість цією проблемою як зарубіжних, так і вітчизняних лінгвістів.

У сучасній лінгвістиці термін «дискурс» вважається одним із ключових, проте загальноприйнятого, універсального його визначення досі немає. Українські дослідники О. Селіванова та Ф. Бацевич підкреслюють, що поняття дискурсу трактується в різних аспектах – як комунікативний процес, як текст, як система, як комунікативна подія, – тому йдеться радше про поле перехресшуваних підходів, ніж про одну стабільну дефініцію.

У вітчизняній традиції базовою є багатоаспектна інтерпретація О. Селіванової: дискурс розглядається, по-перше, як зв'язний текст, «занурений у життя», тобто такий, що невід'ємний від онтологічних, соціокультурних, психологічних та інших фонових чинників; по-друге, як цілісна комунікативна подія, де взаємодіють комуніканти й текст-посередник; по-третє, як стиль або підмова спілкування; по-четверте, як зразок мовної поведінки в певній соціальній сфері [53, с. 62].

Мовознавець Ф. Бацевич, у межах досліджень комунікативної лінгвістики, акцентує процесуальний і інтерактивний характер явища. На його думку, дискурс – це тип комунікативної діяльності, мовленнєвий потік, що розгортається в певному каналі спілкування, регулюється стратегіями й тактиками учасників та є синтезом когнітивних, мовних і позамовних чинників; результатом такого процесу стають різноманітні мовленнєві жанри [7, с. 204].

Порівняння цих підходів дозволяє виокремити кілька спільних для більшості дослідників рис дискурсу:

- надфразовий характер (дискурс завжди «більший», ніж окреме речення);
- нерозривний зв'язок тексту з екстралінгвістичним контекстом – учасниками, ситуацією, цілями комунікації, знаннями та установками адресанта й адресата;
- процесуальність та інтерактивність (дискурс як діяльність, взаємодія, мовленнєвий потік);
- соціальна зумовленість і функціональність (дискурс реалізує певні соціальні ролі, форми поведінки, владні/ідейні відносини).

Прагмалінгвістична модель дискурсу висуває на перший план ознаки способу чи каналу спілкування. За способом спілкування розрізняють інформативний і фасцинативний, змістовний і фактичний, серйозний і несерйозний тощо, за каналом спілкування – усний і письмовий, контактний і дистанційний, віртуальний і реальний типи дискурсу. Виникнення нового

комунікативного середовища (мережі Інтернет) сприяло появі ще одного типу дискурсу – Інтернет-дискурсу, що виділяється в окремий тип за критерієм «канал спілкування».

Учасником спілкування в Інтернеті може стати будь-яка людина, незалежно від просторово-часових обмежень, що відрізняє віртуальний дискурс від інших типів дискурсів. Оскільки у разі усного спілкування, не опосередкованого технічними засобами, необхідний реальний безпосередній контакт комунікантів, спільність просторових і часових параметрів.

Будучи штучно створеним, віртуальний дискурс служить не просто технічним каналом зв'язку, на кшталт телефону, а фактично є новим середовищем спілкування, у якому комуніканти – незнайомі, проте відбувається прямий і різноплановий комунікативний вплив. Саме тому віртуальний дискурс набуває численних відмінних рис, зберігаючи при цьому властивості, характерні для дискурсу в цілому.

Цей особливий, віртуальний тип комунікації лежить поза часовими та просторовими межами і є однією з характерних особливостей віртуального простору, який представляє собою симуляцію реальних предметів, дій, відносин та інституційних форм. З огляду на загальну поширеність цього явища дослідження різних видів комунікації та комунікативного простору в мережі Інтернет стає гостро актуальним.

Інтернет-комунікація, будучи складним і багатогранним процесом, досі є однією з найменш досліджених областей лінгвістичного пізнання, незважаючи на те, що за останні декілька років з'явилася велика кількість робіт, присвячених окремим аспектам віртуального комунікативного простору.

У сучасній лінгвістиці поняття дискурсу є багатовимірним і використовується для опису мовлення у його зв'язку з комунікативною ситуацією, учасниками, цілями спілкування та соціокультурними чинниками. У трактуванні Ф. Бацевича, дискурс постає як «процес і результат мовленнєвої діяльності, у якому поєднуються текст, комунікативна інтеракція та

соціальний контекст, що визначає механізми породження й інтерпретації висловлювань» [7, с. 206].

У працях українських дослідників, зокрема О. Поцулко, наголошується на тому, що дискурс – особливо в інтернет-просторі – характеризується девіантністю мовної поведінки, динамічним оновленням одиниць, високим рівнем експресивності та гнучким використанням лексичних інновацій, що виникають у межах специфічних молодіжних субкультур. Порівняння цих підходів дає підстави стверджувати, що спільними рисами дискурсу вважаються його процесуальність, соціокультурна зумовленість, інтерактивність та зв'язок із когнітивними механізмами мовця й адресата, тоді як дискусійним залишається питання про межі дискурсу – чи розуміти його як текст у взаємодії з контекстом, чи як ширшу комунікативну подію, що включає моделі поведінки, прагматику та соціальні ролі учасників. Ці наукові підходи створюють підґрунтя для подальшого визначення специфіки інтернет-дискурсу, який формується в умовах віртуального, мультимодального та соціально мережевого середовища і демонструє підвищену інноваційність, швидку змінність та комунікативну гнучкість.

Інтернет-дискурс являє собою процес створення тексту в сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними факторами, що включає взаємодію людей і механізми їхньої свідомості – когнітивні процеси. Він включає взаємодію людей, їхні моделі поведінки, комунікативні наміри та визначає інтерпретацію повідомлень у цифровому середовищі.

Для віртуального дискурсу характерна відсутність видимої соціальної, гендерної та вікової градації (чого неможливо уникнути в переважній більшості видів дискурсу). Ця градація замінюється певною розробленою моделлю поведінки. Наприклад, на рівні Інтернет-форуму присутня градація «модератори – користувачі, в якій модератори відрізняються від користувачів тим, що наділені певними регулюючими правами на форумі та займаються встановленням правил і політики ресурсу.

Віртуальний дискурс обмежений технічними можливостями (наявність у комуніканта комп'ютера, доступу в Інтернет). Але, будучи штучно створеним комунікативним середовищем, Інтернет-дискурс умовний і не має часових і просторових меж, він дозволяє взаємодіяти користувачам незалежно від їхнього географічного положення та часового поясу.

Величезна віртуальна територія Інтернет пропонує користувачеві широку палітру майданчиків: ЗМІ, блоги, інформаційні сайти, кіно, література, вікі-проекти, інтернет-магазини й аукціони, реклама, платіжні та пошукові системи, електронна пошта, чати, форуми, месенджери, соціальні мережі, радіо, телебачення, інформаційні портали тощо. Кожен майданчик відкриває різні можливості для людини, активізує її діяльність, порушує різні теми, пропонує різноманітну інформацію. Дискурс Інтернету має складний характер і складається з безлічі самостійних тематичних центрів (політика, економіка, спорт, культура, сільське господарство, медицина, розваги, музика, кулінарія, освіта тощо).

Можна визначити такі конститутивні ознаки віртуального дискурсу:

- цифровий сигнал як канал спілкування;
- віртуальність (спілкування з уявним співрозмовником);
- дистантність (розмежування у просторі та часі);
- опосередкованість (здійснюється за допомогою технічного засобу);
- комбінація різних типів дискурсу;
- специфічна комп'ютерна етика (сукупність принципів і правил поведінки людей, що спілкуються у комп'ютерному середовищі).

У дискурсивному аспекті комп'ютерна комунікація включає розповідь і повідомлення, твердження і міркування, аргументацію і доказ, тобто всю термінологічну атрибутику наукового, ділового та інших стилів мови. Інтернет-тексти часто являють собою гіпермедійні структури, які об'єднують документи, графіки, малюнки, таблиці, звукові повідомлення, наприклад, навчальні відеозаписи або аматорські фільми.

«Комп'ютерна мова» інтернет-комунікацій розглядається як особливий вид дискурсивної практики, у якій інтернет-мислення подібне до феномену внутрішнього мовлення. Користувачі Інтернету висловлюють думки у світі особистих інтересів, діють без оглядки на регламент і субординацію, слідують власним інтенціям. Для них характерні масовість, анонімність, рівність можливостей, психологічна свобода, прагнення до змагання, добровільне об'єднання за інтересами, оперативність.

Особливий інтерес у лінгвістів викликають розмовні мережеві жанри, оскільки саме в них відбивається вся своєрідність мови Інтернету.

Так, на думку К. Бровко, для мови Інтернету характерні:

- наявність спеціальних піктограм, «смайлів», невербальних засобів спілкування;
- використання великої літери для вираження емоцій;
- поєднання нейтральних і нелітературних мовних засобів;
- широке поширення скорочень;
- неологізми, утворені за продуктивними моделями;
- вживання технічного жаргону;
- активне використання імперативів;
- тяжіння до аграматизмів;
- емоційність синтаксису [14].

Зауважимо, що англomовні електронні ресурси відзначаються кількісним превалюванням іменників. Центральну позицію у відмінковій системі текстів такого типу займає загальний відмінок. Така позиція загального відмінку зумовлюється його роллю: ним позначається суб'єкт дії, адресант повідомлення (таким чином формується модель комунікативної ситуації). Щодо особових займенників, то найпоширенішими в англomовному інтернет-дискурсі є займенники «I» (1-ої особи однини) та «we» (1-ої особи множини).

Як стверджує М. Матвійчук, «У мережевих текстах доволі часто спостерігаються порушення пунктуаційних норм, а сама пунктуація в таких

повідомленнях має ситуативний характер. В інтернет-комунікації з'явився окремий пласт спеціальних аббревіатур, які можуть передавати як скорочені речення, так і окремі слова; їхня структура ґрунтується на принципі транскрибованої передачі інформації» [38, с. 98].

Таким чином, узагальнюючи результати аналізу, можна стверджувати, що:

– мова Інтернету є багатошаровою системою, яка включає в себе мовні засоби різних функціональних стилів – публіцистичного, розмовного, художнього тощо; їхнє поєднання зумовлене різноманіттям комунікативних ситуацій, типовими для онлайн-простору, а також специфікою мережевої аудиторії, яка варіюється від фахових спільнот до пересічних користувачів;

– для Інтернет-дискурсу характерне використання як нейтральних, так і нормативних мовних одиниць поряд із експресивними, зниженими та сленговими формами. Це свідчить про те, що мова Інтернету охоплює широкий спектр лінгвістичних ресурсів і вільно варіює між формальним та неформальним реєстрами залежно від комунікативної мети та жанру повідомлення;

– інтернет-комунікацію неможливо однозначно віднести до одного з традиційних функціональних стилів, адже вона являє собою гібридне, полістилістичне утворення. Полістилізм виступає однією з базових ознак інтернет-дискурсу та зумовлений взаємодією різних типів текстів, різноманітними способами самовираження та високою динамікою мовних процесів онлайн;

– інтернет функціонує як платформа масового людського спілкування, унаслідок чого в мережі циркулює безліч монологічних і діалогічних повідомлень, які, у свою чергу, є живими, безпосередніми відгуками на ті чи інші повідомлення та стимулами для наступних. Це, в кінцевому підсумку, призводить до виникнення безперервного віртуального діалогу, який не має чітко окреслених меж у часі та просторі;

– у результаті безпосереднього контакту людини (користувача Інтернету) з комп'ютерним інтерфейсом або цифровою платформою в адресата формується враження безпосереднього, персоналізованого спілкування. Такий тип комунікації нерідко здається більш динамічним та емоційно насиченим, ніж традиційний усний діалог, що підсилює відчуття залученості та сприяє формуванню нових форматів соціальної взаємодії.

Спостереження за поведінкою користувачів в Інтернеті дає підстави стверджувати, що одним із найвагоміших чинників, який впливає на мовленнєву та соціальну активність у мережі, є анонімність, притаманна більшості форм онлайн-комунікації. Саме вона створює особливі умови, за яких віртуальне «я» користувача може суттєво відрізнитися від його реальної ідентичності. У багатьох випадках поведінкові, емоційні та комунікативні прояви в цифровому середовищі не збігаються з тими, що спостерігаються в офлайн-взаємодії. Це зумовлено низкою психологічних і соціальних факторів, серед яких домінують відчуття безкарності, зниження соціального контролю, відсутність прямої фізичної присутності співрозмовника та можливість маніпулювати власним образом відповідно до бажаного сценарію самопрезентації.

Дослідники Ю. Шліхтенко, С. Колонюк, Т. Ваколук вважають, що «емоційні реакції користувача в онлайн-дискурсі нерідко посилюються або змінюють свій характер порівняно з реальним спілкуванням. Людина може поводитися більш імпульсивно, категорично або, навпаки, розкуто, що зумовлюється відсутністю безпосередньої міжособистісної відповідальності. У результаті формується феномен інтернет-ідентичності, яка, хоча й пов'язана з реальною особою, часто набуває автономних рис та функціонує за власними правилами» [63, с. 88].

Розгляд дискурсу загалом, а інтернет-дискурсу зокрема, дозволяє дійти висновку, що цифрова комунікація існує в межах специфічного віртуального середовища, на яке суттєво впливають технологічні, соціальні та когнітивні фактори. Інтернет-дискурс є динамічним утворенням, що постійно

розвивається, реагуючи на зміни в технологіях, комунікативних практиках та культурних тенденціях. Вплив цих чинників може призводити до виникнення гібридних, штучних або допоміжних соціалізованих мовних систем, які поєднують елементи природної мови з кодами, символами, графічними модифікаціями та іншими формами альтернативної знаковості.

Як вважає Р. Берест, «показовим прикладом такої мовної системи є Leet (1337-speak) – штучний цифровий код, що використовує літери, цифри та спеціальні символи для заміни стандартних графем. Аналіз особливостей його структури та функцій свідчить, що ця форма мовлення виконує не лише ігрову або криптографічну функцію, але й слугує маркером групової ідентичності, залученості до певних субкультур (наприклад, хакерських чи геймерських). Попри певну усталеність, мовна система Leet залишається феноменом, який і досі не досліджено вичерпно, оскільки вона продовжує еволюціонувати та адаптуватися відповідно до розвитку цифрової культури» [75, с. 5].

У системі інтернет-комунікації (дискурси користувачів платформ Google+, YouTube, Twitter, Twitch, Facebook, а також чатів на ігрових серверах) знаходять своє відображення (з різним ступенем репрезентативності) практично всі відомі в науковій літературі функціональні стилі. Стиль інтернет-дискурсу постає як гібрид усіх мовних стилів, що стало можливим завдяки сучасному інформаційному розвитку людської цивілізації.

Характерною ознакою мережевого спілкування є те, що сам процес комунікації в Інтернеті впливає на стилістичні риси висловлювань. Користувачі створюють все нові способи більш стислого, економного і прагматично орієнтованого використання мови в Інтернеті, що зумовлює видозміну лінгвістичних засобів і принципів їх подання в текстових повідомленнях. Це дає підстави говорити про формування своєї «віртуальної версії мови», яка, спираючись на нормативну систему, водночас характеризується власними тенденціями до скорочення, неформальності та інноваційності.

Тенденція до скорочення інформації на лексичному рівні зберігається й у синтаксичному оформленні інтернет-дискурсу. Користувачі часто вдаються до еліптичних конструкцій, що дозволяє передавати значні обсяги інформації з мінімальними мовними затратами. Характерною рисою синтаксису мови мережі є схильність до аграматизмів, тобто відхилень від синтаксичних і пунктуаційних норм літературної мови. Аграматизми у чатах проявляються найчастіше у відсутності або неправильній розстановці розділових знаків; значно рідше – у неузгодженості, порушенні формально-синтаксичних зв'язків між частинами висловлювання (анаколуф) та різного роду обривах вислову (апозіопеза, прозіопеза)).

Отже, можемо підсумувати, що сучасна Інтернет-комунікація характеризується такими рисами:

- поліфонічність: мережеве спілкування об'єднує в собі значну кількість різних типів дискурсу, що зумовлює його стилістичну й функціональну багатоманітність;

- гіпертекстуальність та а інтерактивність: цифрове середовище істотно змінює процеси породження та сприйняття тексту. Зокрема, гіпертекстовий апарат дає читачеві змогу не лише слідувати авторській логіці викладу, а й здійснювати індивідуальну навігацію між пов'язаними фрагментами інформації;

- анонімність і дистантність. Можливість приховувати особисті дані створює відчуття свободи і розкритості, стимулює саморозкриття і дозволяє звертатися по поради, залишаючись поза межами соціального контролю та традиційних норм поведінки. У практиці мережевої комунікації часто спостерігається варіювання ступеня анонімності: приховуються ім'я, вік, соціальний статус; реальні біографічні дані можуть замінюватися вигаданими, перебільшуються або інакше подаються відомості щодо досвіду, компетентностей та навичок. Нерідко користувачі конструюють образ, що відповідає соціально схвалюваним у певній групі

(ідіокультурі) рисам –наприклад, у спільнотах кіберпанків, музичних фанатів або геймерів.

В Інтернет-дискурсі функціонують специфічні жанри, в межах яких реалізуються як загальні закономірності мовної комунікації, так і індивідуальні властивості, притаманні виключно цьому типу дискурсу. Лексика Інтернету поєднує риси як письмового, так і усного мовлення, зберігає деякі риси технічного жаргону, але водночас активно поповнюється загальноживаними одиницями та формується за принципами неформальної лексики. Такі особливості зумовлено специфікою функціонування Інтернет-мови, а також соціокультурними факторами її виникнення і поширення.

Практично повне дотримання синтаксичних норм спостерігається переважно в електронному листуванні та в умовах асинхронного спілкування в соціальних мережах або на форумах. Натомість значна втрата нормативності характерна для середовищ синхронної комунікації, таких як чати та ігрові сервери, де домінують швидкість обміну репліками, скороченість висловлювань та орієнтація на оперативність, а не на мовну правильність.

Розділові знаки у віртуальному повідомленні виконують функцію додаткового смислового маркування, причому їх кількість часто корелює з інтенсивністю виражених емоцій. Ступінь стилістичного навантаження різних пунктуаційних знаків є нерівномірною, що зумовлює їхню різну роль у передачі емоційних та прагматичних відтінків висловлювання.

Інтернет як медіа середовище відображає інформаційну і подієву різноманітність реальної дійсності. Кожен субдискурс є відкритим для користувача і постає як складна, динамічна система, що постійно розвивається. Завдяки технічним можливостям Мережі користувач сам формує інформаційне поле в Інтернеті, що зумовлює не лише тематичну багатогранність Інтернету, але й його значний маніпулятивний потенціал.

#### 1.4. Лінгвальні особливості інтернет-комунікацій та сленгу

Найважливішою умовою функціонування мови є її безперервний розвиток, що виявляється у постійному поповненні лексичного складу мови новими словами та виразами. Поява нових понять, трансформації суспільного життя, інтенсивний науково-технічний прогрес та інші динамічні процеси зумовлюють потребу забезпечення носіїв мови й осіб, що вивчають іноземні мови, достатньою кількістю актуальних лексичних одиниць.

Сучасне мовознавство приділяє значну увагу дослідженню особливостей комунікації в Інтернеті. Сьогодні активно формується новий мовний різновид – стиль Інтернет-спілкування, який виступає не лише своєрідною ознакою Інтернет-спільноти, а й чинником впливу на мовленнєву поведінку суспільства в цілому. Для багатьох користувачів віртуальна комунікація перетворюється на невід’ємну частину повсякденного життя. Інтернет активізує увагу комунікантів до мовних засобів, що ними використовуються; спонукає до появи нових способів і форм міжособистісної взаємодії. Такі процеси формують віртуальну картину світу, зокрема мовну, яка відображає специфіку функціонуванні спільно в Інтернет-просторі.

Мова Інтернету постає інноваційним та зручним засобом комунікації, який поєднує характеристики усного та писемного спілкування. Саме тому її розглядають як один із сучасних функціональних стилів англійської мови у віртуальному середовищі [72]. Важливо зазначити, що користувачі Інтернету позбавлені можливості передати логічний наголос, інтонацію, паузу, темп і ритм мовлення, що зумовлює появу альтернативних графічних і мовних засобів для компенсації цих втрат.

Мовні особливості Інтернет-комунікацій характеризуються широким використанням різноманітних скорочень, формуванням нелітературної лексики, наближенням графічної форми слова до його звукової реалізації, а також частими відхиленнями відорфографічних, граматичних і синтаксичних норм. На думку С. Мірошник, «до характерних рис належать і специфічні

графічні засоби – уживання великої літери для експресивного виділення та застосування смайлів» [41, с. 133]. Особливий науковий інтерес у цьому контексті становить аналіз функціонування смайлів і абревіатур. Їх широке поширення пояснюють дією принципу економії мовних засобів, який Г. Мацюк визначає як «обмежену кількість зусиль, необхідних для вимови певної мовної одиниці та її частотності» [39, с. 15].

Розвиток і активне використання смайлів дає можливість користувачам здійснювати більш гнучкий та неформальний контакт із співрозмовниками, передавати емоційний стан, надавати висловленню додаткових конотацій, компенсувати відсутність невербальних засобів, а також структурувати взаємини між учасниками комунікації. Смайли допомагають розмежовувати текстові та графічні повідомлення, роблять їх більш виразними й доступними для розуміння. Поява специфічної мови соціальних мереж покликана забезпечити максимально інформативну та водночас стиснуту, спрощену форму передачі змісту, що відповідає потребам швидкої й динамічної онлайн-комунікації.

Вчені А. Велика, Д. Мудрик, І. Лосєва зазначають, що на сучасному етапі розвитку цифрових технологій мова Інтернету не чинить визначального впливу на орфографічні й синтаксичні навички користувачів, проте її вплив усе ж відчутний [17, с. 69]. Результати дослідження засвідчують, що еволюцію електронних засобів комунікації можна порівняти з появою писемності та винайдення друкарського верстата, адже комп'ютерно опосередковані форми спілкування суттєво трансформували природу дискурсу. Історичний досвід демонструє: будь-які інновації, які спрощують і прискорюють комунікацію, стрімко поширюються і міцно закріплюються в медійній сфері, як це сталося з радіо чи телебаченням.

Сучасна «віртуальна» комунікація є безкоштовною, мобільною, надійною та доступною для більшості користувачів. Більше того, Інтернет-аудиторія активно виступає творцем нових вербальних і невербальних засобів

вираження, що сприяє не лише розширенню віртуального простору, а й динамічному розвитку мов, якими послуговується суспільство.

Сьогодні, в умовах стрімкого зростання обсягу інформації, спостерігається чітка тенденція до економії мовних засобів і часу. Найпомітніші зміни відбуваються на лексичному рівні, який є найбільш динамічним у мовній системі. Збагачення словникового складу мови передусім забезпечується словотворенням – появою нових слів [3].

Сучасна англійська мова, на думку Р. Чорній, демонструє активний розвиток відносно нового і високопродуктивного способу словотвору – аббревіації. Як регулярний механізм формування морфологічних неологізмів останніх десятиліть, скорочення відображають загальну тенденцію до раціоналізації мовлення. Дослідження свідчать, що словниковий склад англійської мови поповнюється новою хвилею аббревіатур скорочень, які виникли в результаті появи універсальної форми комунікації – сленгового мовлення. Впровадженню сленгу, утвореного на основі аббревіатур, сприяло широке використання сучасних цифрових технологій та розвиток електронного спілкування [60].

Сьогодні користувачі багато спілкуються через Інтернет, а тому не є дивною поява окремого інтернет-сленгу, який є простішим за типове мовлення повсякденного спілкування. Однак найбільш вражаючим спостереженням, яке впливає із зібраних даних, є те, що інтернет-сленг не досконалий. Він характеризується наявністю в ньому великої кількості лайливих слів, вульгарних та образливих виразів, а також слів і виразів, які навмисно неправильно пишуться або використовуються не за призначенням. Для лінгвістів Інтернет є невичерпним об'єктом дослідження. Це пов'язано з тим, що в цьому так званому особливому комунікаційному середовищі розмовна та письмова версії мови співіснують у безпосередній близькості [67].

Інтернет-сленг є специфічним лексичним прошарком, в межах якого можна виокремити такі основні категорії: аббревіація, усікання, словоскладання, афіксація, еративи та неологізми.

До першої групи – «аббревіація» – відносимо мовні одиниці, утворені шляхом графічного чи фонетичного скорочення слів чи словосполучень, об'єднаних в одне компактне позначення. Такі елементи характеризуються високим ступенем економії мовних засобів та функціонують переважно в цифровому дискурсі, де швидкість комунікації є пріоритетною. Наприклад: *Abt (about)* – *близько, про, щодо, і т. под.*; *B4 (before)* – *до*; *Bb (bye-bye)* – *бувай*; *Cmptr, LOL (laughing out loud)* та інші [84; 85; 86].

До другої групи – «усічення» – належать лексичні одиниці, утворені шляхом усікання основи слова, тобто відкидання його кінцевої або початкової частини. Цей спосіб словотворення є типовим для розмовного й інтернет-сленгу, в якому прагнення до мовної економії поєднується з тенденцією до неформальності. Приклади: *App (application)* – *додаток*; *Awk (awkward)* – *незручна ситуація*; *Bro (brother)* – *брат* [84; 85; 86].

Третю групу – «словоскладання» – становлять одиниці, утворені в результаті поєднання двох або більше основ, що формують нову семантичну структуру. Словоскладання особливо продуктивне в інтернет-сленгу, оскільки дозволяє створювати інноваційні назви для нових явищ цифрової культури. Наприклад: *bodylapse* – *серія фотографій, знятих у процесі змін тіла, таких як вагітність, зниження ваги і бодібілдинг*. За допомогою цих фотографій люди показують свій прогрес; *netizen (Internet + citizen)* – *«громадянин/мешканець» Інтернету, активний інтернет-користувач*; *nexterday (next + yesterday)* – *позавчора* [84; 85; 86].

До четвертої групи – «афіксація» – належать лексичні одиниці, утворені шляхом приєднання суфіксальних або префіксальних морфем до основи слова. Як зазначає Д. Борис, «У межах інтернет-сленгу цей спосіб є надзвичайно продуктивним, оскільки дозволяє створювати лексеми зі зменшено-пестливим, оцінним або експресивним забарвленням. В основному використовуються суфікси, що мають розмовний або неофіційний характер, підсилюють дружню, неформальну тональність комунікації» [12, с. 39].

Приклади: *addy (address)* – адреса; *homie (homebody)* – свій хлопець/ своя дівчина; *hubby (husband)* – чоловік; *Internetting* – користування Інтернетом.

До п'ятої групи – «еративи» – відносимо мовні одиниці, що виникають у результаті навмисного порушення орфографічних, фонетичних або морфологічних норм. Незважаючи на формальне відхилення від літературного стандарту, ці сленгові форми залишаються семантично прозорими та легко відтворюваними в комунікації. Основною причиною їхнього виникнення є прагнення до максимальної економії часу, а також бажання створити ефект неформальності, групової приналежності або ігри. У деяких випадках вони утворюються внаслідок автоматичного спрощення або механічних помилок, в інших – мають цілком свідомий характер. Приклади: *wut* – замість *what*; *dat* – замість *that*; *luv* – замість *love*; *bruh, broseph* – замість *brother*; *cuz* – замість *because* [84; 85; 86].

Еративи демонструють, як цифрова комунікація сприяє появі нестандартних форм, що поступово закріплюються у мовній практиці молодіжних спільнот.

До шостої групи – «неологізми» – належать одиниці, що позначають нові поняття, предмети, явища або соціокультурні прояви, які виникли під впливом сучасних тенденцій у цифровому та глобалізованому світі. Неологізми активно збагачують інтернет-сленг, формуючи його як гнучку й адаптивну лексичну підсистему. Наприклад: *anglo-klaxon* – так називають гучних англомовних людей, зазвичай американців; *birth vegan* – так називають людину, яка ніколи не їла м'яса, так званий «вегетаріанець з народження»; *duck face* – дослівно «качине обличчя», різновид селфі, на якому губи випинаються вперед, нагадуючи качиний дзьоб, у зв'язку з чим вираз обличчя й отримав цю назву [79].

Якщо говорити про основні характеристики комунікації в соціальних мережах, то загалом вони відповідають нормам розмовного мовлення: їм притаманні спонтанність, неформальність, діалогічність, ситуативна зумовленість, стислість і виразна експресивність. Як наслідок, у цих

сердовищах широко використовуються мовні засоби, характерні для повсякденної неформальної комунікації. Діалогічна природа електронних повідомлень сприяє формуванню їхньої неформальної структури, яка нерідко імітує спонтанне усне мовлення. Для компенсації обмежених можливостей вербального вираження емоцій активно використовуються смайли, емодзі та різні анімаційні ефекти, інтегровані в інтерфейс платформ.

Щодо мовного наповнення *Twitter*, дослідження, проведене К. Атаманчук, показало, що твіти англійською мовою становлять до 70% загального обсягу твіт-комунікації; далі за частотністю слідує твіти японською (близько 27%) та іспанською (близько 18%) мовами [4, с. 211]. Аналіз змістового наповнення твітів, показав, що світські повідомлення становлять близько 41% твітів, обговорення життєвих проблем – 38%, самореклама – 6%, новини, тоді як новини і спам складають 4% від загального вмісту; ще 9% – це повторювані повідомлення (ретвіти). Значне поширення сервісу і його популярність зумовили появу в англійській мові нової словотвірної одиниці – герундія «*twitting*», що позначає специфічний спосіб комунікації в Інтернеті [4, с. 212].

Характерною рисою синтаксису інтернет-комунікації є виразна тенденція до відхилення від синтаксичних і пунктуаційних норм літературної мови. Через відсутність безпосереднього контакту та неможливість використовувати невербальні засоби вираження емоцій користувачі часто компенсують це надмірним уживанням розділових знаків (наприклад, *why ??? 777, wow!!!!!!!, where r u ?????, well...u know...I wanna...ask...*) [84; 85; 86].

Такі відхилення найчастіше проявляються в недостатній або неправильній розстановці розділових знаків, а інколи – у їх повній відсутності, упоршенні формально-синтаксичних зв'язків між компонентами речення, зміні звичного порядку слів, відсутності інверсії в питальних конструкціях, пропусках слів, необхідних для граматичної цілісності, порушенні координації між членами речення, неправильному вживанні великої літери тощо. Для ілюстрації наведемо такі приклади: *i fine, me is 31, you feeling better now?, take*

*yo shoes off when yu walk in the house ..!, deny deny deny !!, how ya doin?, i got enuf, thN = then; nEd = need* [84; 85; 86].

Як зазначає І. Кучеренко, «що стосується синтаксичних особливостей спілкування в *Twitter*, то слід зазначити, що повідомлення донедавна могло містити не більше 140 символів. Тому в розмові найчастіше вживаються прості, еліптичні (частіше окличні) речення. Це надає спілкуванню динамізму, відчуття справжньої розмови. Обмеження кількості символів змушує висловлювати думки лаконічно, що позитивно позначається на наповненні стрічки новин. У світлі останніх подій обмеження особистих повідомлень досягло 10 000 символів, що сприяє появі довгих речень, але водночас робить мову складною для сприйняття та розуміння» [33, с. 118].

Лексичний склад англійської мови, як і будь-якої іншої природної мови, містить значну кількість сленгових одиниць, які функціонують у межах певних вікових, соціальних і професійних груп. Сленг є динамічним і постійно оновлюваним шаром лексики, який активно використовується в різних сферах суспільного життя. Для багатьох сленгових утворень характерні влучність, гумористичне забарвлення та гротескне підкреслення абсурдних або кумедних позначуваних явищ. Наприклад, вислів *white man's disease* або фраза *like a cow on ice* позначають повну відсутність почуття ритму (*I hope Brent doesn't ask me to dance – he's got white man's disease*) [84; 85; 86].

Якщо говорити про способи утворення Інтернет-сленгу, то центральне місце тут посідає метафоричне переосмислення (*metaphorical reinterpretation*). Провідна роль метафори у формуванні семантичного сленгу пояснюється тим, що вона реалізує специфічні номінативні властивості мови: перенесення ознак одного предмета на інший на основі подібності або асоціативного зіставлення. Наприклад: *ambulance-chaser* – юрист, який спеціалізується на ДТП; *birdcage* – студентський гуртожиток, табір для військовополонених; *dreamboat* – приваблива особа або річ.; *zombie* – втомлена людина, новачок. Метафоричні одиниці часто мають жартівливе, іноді іронічне забарвлення: *bird legs, bird*

*man* – пілот; *bisquits* – матрац; *four-eyes* – людина в окулярах; *fox-tail* – вуса; *sea gull* – курка, індичка; *матроський загін* [79].

Іншим продуктивним способом творення сленгу є метонімія (metonymy). У цьому разі слово отримує нове значення на основі суміжності або функціонального зв'язку. До таких прикладів належать *berries* – вино; *chick* – молода дівчина; *play* – діяльність; *reptiles* – взуття; *rat* – лиходій, щур (*Someone here's a rat that's been talkin' to the cops*); *suit, vest* – особа, яка займається бізнесом; *turkey* – дурна людина [84; 85; 86]. Як видно з наведених прикладів, метонімічні моделі тісно пов'язані з певними культурними або ситуативними асоціаціями.

Для процесу словотворення сленгу також характерне широке використання подвоєння (doubling), яке часто поєднується зі шумонаслідуванням. Наприклад: *ack-ack* – збройні сили; *buzz-buzz* – шум, гам; *choo-choo* – потяг; *chop-chop* – негайно, в цей момент (*Do it now! Chop-chop!*). У деяких випадках спостерігається навіть потроєння, як-от *blah-blah-blah* – балачки, *boom-boom-boom* – один за одним [84; 85; 86].

Інша група сленгових неологізмів заснована на римованому співзвуччі (rhyming consonance). До таких утворень належать: *artsy-fartsy* – галасливий; *gruesome-twosome* – нерозлучна пара; *hot-shot* – людина, яка досягла успіху; *top-top* – людина з довгим і/або неохайним волоссям; *space-case* – ексцентрична, божевільна або розсіяна людина [84; 85; 86].

Характерною для сленгу словотвірною моделлю, яка практично не зустрічається в інших шарах лексики, є навмисне каламбурне фонетичне спотворення (phonetic pun distortion), яке змінює внутрішню форму слова, створюючи комічний або іронічний ефект: *drinketite i bitetite* – замість *appetite* *gust* – замість *guest*, *picture-askew* – замість *picturesque* [84; 85; 86].

Англійський сленг також характеризується досить широким використанням конверсії (conversion). Конверсійна модель N → V є найпродуктивнішою: *to buddy* – *to act as a buddy to sb*; *to badmouth* – *to humiliate, insult* (*Bert badmouths everyone behind their back*) [84; 85; 86].

Певна частина сленгових одиниць утворюється шляхом зворотнього словотвору . Наведемо приклади сленгових дієслів, які були утворені від іменників: *booker* → *to book*; *headhunting* → *to headhunt*; іменники від прикметників: *flacky* → *flake*, *tacky* → *tack*, *wacky* → *wack* [84; 85; 86].

Найбільш типовою рисою англійського сленгу є перетворення ряду повнозначних слів у словотвірні елементи. Наприклад, слово *monkey* використовується як компонент стійких словосполучень, що означає «worker, mechanic»: *air monkey*, *broom monkey*, *company monkey*, *grease monkey*, *powder monkey*, *weed monkey*, *wheel monkey*; *monkey nuts* [49, с. 6]. Слово *happy* стало напівсуфіксом із значенням «enthusiast, amateur», наприклад: *bomb-happy*, *brass-happy*, *buck-happy*, *cab-happy*, *car-happy*, *coin-happy*, *dough-happy*, *footlight-happy*, *power-happy*, *rock-happy*. Слово *dog* як компонент стійких словосполучень є синонімічним *man* (зазвичай «*cunning, lucky*»): *bird dog* – детектив, робота якого полягає в тому, щоб знайти щось або когось; *barking dogs* – втома або болі в ногах; *road dog* – хороший друг [71, с. 66-67].

Більш того, слово *dog* також входить до складу низки стійких сленгових одиниць, зокрема: *dog (and bone)* – *telephone (an example of rhyming slang)*; *dog's breakfast* – *a mess, an extravagant display*; *dog collar* – *military priest*; *dog bisquit* – *(ration) rusk*; *dog face* – *a private soldier*; *dog flight* – *air combat, hand-to-hand combat*; *dog food* – *canned meat* [84].

Важливу роль у формуванні сленгової лексики відіграє й продуктивний суфікс -er: *ankle-biter* – дитина; *beezer* – ніс; *boozer* – шинок; *clocker* – особа, яка займається виготовленням/ремонтom годинників; *greener* – новачок або іноземець; *hacker* – людина, що знається в комп'ютерних технологіях; *punter* – той, хто робить парі в букмекерській конторі [86].

Тенденція до економії мовних ресурсів є універсальною і зумовлена потребами людського мислення й комунікації. Лінгвістична економія охоплює широкий спектр явищ і процесів, що сприяють стислості способів вираження змісту мовлення, усуненню надлишкових елементів та оптимізації мовної

структури. У результаті такої раціоналізації відбувається скорочення обсягу мовних засобів і прискорення темпу комунікації.

У межах даного дослідження сленгові одиниці було класифіковано за 5 основними ознаками: графічними, фонетичними, морфологічними, семантичними та ідеографічними.

Першочергово слід розглянути основні графічні ознаки сленгових одиниць, оскільки саме вони найчастіше сигналізують про неформальний характер комунікації.

До графічних засобів відносять розділові знаки, шрифтові виділення (курсив, жирний шрифт), а також специфічне розташування друкованого матеріалу. Розділові знаки, такі як крапка, тире, знак оклику, знак питання тощо, можуть використовуватися не тільки для того, щоб показати логічне членування висловлення, а й слугують інструментами передачі інтонації, емоційного забарвлення та смислових акцентів. Їхнє використання часто має емоційний характер, надаючи висловлюванню додаткової емоційної чи оцінної інтерпретації. Наприклад:

– ***STOP!! BEING!! BARBIE!!*** – використання великої кількості знаків оклику для прояву роздратування мовця;

– ***Wicked!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!*** – надмірне вживання знаків оклику посилює зміст та експресивність висловлюваного;

– ***???*** – три знаки питання привертають увагу до попереднього змісту або актуалізують здивування;

– ***I thought... you know... maybe... we'd go out to the movies?*** – часте використання крапок демонструє невпевненість мовця, хвилювання під час обговорення.

Слід зазначити, що в сленгових виразах також простежується нестійкість у вживанні великої та малої букв. Великі літери можуть виконувати функцію персоніфікації, створюючи ефект урочистості або піднесеного настрою, проте інколи й іронії чи пародії. Крім того, використання великих літер зазвичай супроводжується скороченнями, що

сприяє стислості повідомлення. Наприклад: **ATM (atm)** – *At The Moment*; **BTW (btw)** – *by the way* або *between*; **BW (bw)** – *best wishes*; **Help! Help! HELP!!!** – *маркер привернення уваги* [84; 85; 86].

Такі графічні варіації не впливають на зміст повідомлення. Крім того, віртуальна комунікація за своєю природою орієнтована на компактність та швидкість передавання інформації, що значною мірою реалізується через фонетичне письмо, тобто ототожнення графічної форми зі звучанням.

Наприклад: **2 go** – *to go*; **2 me** – *to me*; **b4** – *before*; **l8** – *late*; **n00b** – *noob, newb, newbie*; **R U?** – *Are you?* [84; 85; 86].

Інтенсивність повідомлення в інтернет-комунікації часто передається за допомогою повторення літери або вставного переносу в слові. Такі графічні особливості слугують маркерами високої емоційної забарвленості сленгізмів. Наприклад: **Alllll aboarrrrrd** – *All aboard*; **Busy-ness** – *business*; **Game-changer** – *the person who changes the game*; **Ha-ha-ha** – *expression of laugh*; **I wannaaaa ice-cream!** – *I want an ice-cream!*; **It's maaaaaaagic** – *It's magic*; **pretttyyy** – *pretty*; **trueeee** – *true* [84; 85; 86].

Компактність, швидкість і відсутність граматичних та орфографічних вимогу у цифровому спілкуванні зумовили значне поширення нетрадиційного правопису. Як результат, основним способом передачі інформації стало фонетичне письмо, що ґрунтується на наближенні графічної форми слова до його звукової реалізації, що не є типовим для літературної англійської мови.

Враховуючи наведені раніше дані, важливо визначити основні фонетичні ознаки сленгу. Сьогодні багато нових слів позначають раніше невідомі поняття або несуть сатиричний, експресивний чи неординарний відтінок. Значного поширення набув римований сленг, унаслідок чого виникають численні слова, що базуються на співзвуччі або асоціативній подібності, наприклад: **gloves** та **turtledoves** – *пара рукавичок, схожа на двох диких голубів*. Проте у більшості випадків семантична структура сленгових виразів ґрунтується на контрасті між усталеним значенням і новою конотацією, що створює ефект мовної гри або іронії.

Поширеною фонетичною особливістю інтернет-мови є дієрезис (dieresis) – випадання звука чи складу внаслідок асиміляційних чи дисиміляційних процесів. Дієрезис може мати місце на початку, в середині або в кінці слів і часто супроводжується вживанням апострофа. Наприклад: *'bout – about; 'fraid – afraid; 'round – around; 'cause – because; 'em – them; 'til – until* [84; 85; 86].

Іншою суттєвою особливістю сленгу є порушення норм писемного варіанта літературної мови і фактична заміна цих норм альтернативною системою, що включає експресивні сленгові кліше. У процесі дослідження було зафіксовано значну кількість прикладів нетрадиційного правопису, коли граматично правильні форми замінено фонетичним, тобто такими, що передають звучання слова. Наприклад: *anyhoo – anyhow; den – then; fella – fellow; gotcha – got you; hey-a – hey you; howdy – how do you do; na – no; ol – old; tis – it is; wiz – with; whar – where; yo – your; ya – you; zup – what's up* [84; 85; 86].

Морфологічні ознаки сленгу проявляються також у появі нових слів, насамперед аббревіатур і скорочень (acronyms), утворених із початкових літер. Існує певне правило їх вимови: ініціальні аббревіатури вимовляються по буквах, а акроніми – як повні слова. Оскільки вони переважно функціонують у писемному мовленні, їхнє семантичне значення залишається стабільним і легко впізнаваним у контексті. Приклади: *GG – get going; GG – good game; GG – good going; GG – good guy; GO – good one; IMHO – In My Humble Opinion; LOL – laughing out loud; OMG – Oh my God* [84; 85; 86].

Багато користувачів Twitter активно застосовують так звані «усічені слова» (truncated words). За такого способу скорочення може зникати перша частина слова (*em – them; bout – about*), остання частина (*perf – perfect; doc – document, doctor; rehab – rehabilitation; sis – sister; champ – champion; cop – copper; dam – damn; gig – gigabyte; legit – legitimate; pec – pectoral; mani – manicure; pedi – pedicure*), перша та остання частини одночасно (*grat – congratulations*) або ж середня частина слова (*Ry – railway*) [84; 85; 86].

Окрім цього, у сленгізмах часто опускаються окремі елементи слова (переважно голосні звуки), наприклад: *abt – about; add – address; bc – because; fwd – forward; hw – homework; thx – thanks; txt – text; pls – please*.

Суттєвим морфологічним механізмом також є конверсія, яка передбачає перехід слова з одного класу до іншого без зміни форми. Наприклад: *All companies have their ups and downs – іменник, утворений від прийменника; Has anybody seen my Dickens? – копія книги відомого автора Ч. Дікенса; If you're not careful, some downloads can damage your computer – іменник, утворений від дієслова download; They are always jetting somewhere – дієслово, утворене від іменника jet* [84; 85; 86].

Досить часто у сленгу спостерігається процес словоскладання, коли дві або більше основ об'єднуються для формування нового слова. У більшості випадків перший елемент визначає ключову семантичну ознаку виразу. Наприклад, якщо об'єднати дві основи *a post* і *card* утворять *postcard; back* та *ache*, то утвориться складний іменник *backache*.

У ході дослідження було виявлено чимало прикладів сленгових одиниць, утворених за допомогою поєднання різних основ: *buh-bye, clickbait, dimwit, game-changer, hard-pass, knee-jerk, leg-cramp, nitwit, rip-off, she-beast, skunk-bag, stuck-up, squirrel-friend, sweet-cakes, green-light, hate-watch, truck-nuts, weirdo, what's-his-name* [84; 85; 86].

Варто також зазначити спосіб зворотного утворення (back-formation), коли повністю вилучається частина слова, зазвичай суфікс, рідше префікс. Здебільшого цей спосіб застосовується, коли від іменників утворюються дієслова: *She's always enthusing about her new teacher – дієслово enthuse* виникло внаслідок усічення іменника *enthusiasm* [84; 85; 86].

Семантичні особливості є ще одним ключовим аспектом аналізу анагломовного сленгу, зокрема в *Twitter*. Завдяки широкому використанню аббревіатур в англійській мові виникає значна кількість омонімічних сленгових одиниць, що спонукає перекладача ретельно підбирати потрібне значення. Наприклад: *Btw – by the way; Btw – between*. У таких випадках визначальним є

контекст мовленнєвого акту, без якого правильно ідентифікувати значення абрєвіатури часто неможливо.

Іншими помітними лінгвальними особливостями вживання сленгу є подвійне заперечення, яке посилює негативний ефект (*I don't want to go nowhere*), а також використання подвоєння та недоречне утворення ступенів порівняння прикметників, що не відповідає нормам літературної мови: *a more larger; a more exciting; the most biggest; the most fattest; stupider; wonderfuller*.

Семантично сленг виконує функцію диверсифікації мови, тобто надає нових значень уже існуючим, переважно нейтральним одиницям. У результаті відбувається зміщення або розширення семантики, що часто супроводжується появою яскравих експресивних конотацій. Так, прикметник *dead* набуває нового значення, яке вживається не по відношенню до живої істоти, а до розрядженої батареї телефону: *Oh, man, my phone's dead*.

Загальноновживане дієслово *dive* у сленговому вжитку починає функціонувати як іменник на позначення кафе чи ресторану: *Let's try this place. It looks cute. I've never been inside before. I thought it was a horrible dive* [84; 85; 86]. Ідентично, слово *dog*, відоме у значенні *домашня тварина*, набуває нового сленгового значення для передачі негативної конотації при характеристиці зовні непривабливої або неприємної за поведінкою людини.

Схожим чином нових значень набувають і такі слова як: *to kill* від значення *to make a person dead* у контексті сленгу означає *to have fun; to plant* у значенні *to put into the ground to grow* має значення *to hide*.

До ідеографічних ознак сленгу відносять піктограми – малюнки, які відображають зміст слова або тексту. Вони поділяються на такі підтипи:

- емотикони / емограми / смайлики – знаки, які асоціюються або зі змістом, або з емоційною стороною висловлювання;
- текстові смайли – символи, які представляють комбінацію символів клавіатури: :-D – людина, що сміється, :- ) – щаслива людина, :-( – засмучена людина;
- графіка – малюнки, створені професійними дизайнерами.

Сучасний Інтернет перетворився на розгалужений комунікативний простір, що дає змогу миттєво обмінюватися інформацією з людьми по всьому світу, а інтернет-сленг поступово сформувався як окрема лексична підсистема. Користувачі мережі активно спрощують написання слів, прагнучи пришвидшити набір та спілкування, а подекуди навіть укладають словники цифрових скорочень. Важливо й те, що велика частина такого сленгу переходить у повсякденне мовлення й функціонує не лише в онлайн-просторі.

Соціальні мережі відзначаються винятковою динамічністю та відкритістю до нових мовних форм. Вони забезпечують специфічний спосіб організації міжособистісних зв'язків, який практично не залежить від часових чи просторових обмежень. Кожен користувач соціальної платформи створює власний тип дискурсу та водночас долучається до формування ширшого інтернет-комунікативного поля.

Комунікація у соціальних мережах переважно має письмовий характер, що зумовлює появу особливої форми мовної взаємодії, яка зовні наближається до усного розмовного мовлення. У межах нашого дослідження проаналізовано вживання нетипових для класичної писемності знаків і символів, створення ефекту звучного мовлення, а також використання формул і засобів, що наближають письмову комунікацію до її усного аналога.

## РОЗДІЛ 2

### СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ

#### 2.1. Структурні особливості інтернет-сленгу: способи творення сленгових одиниць

Активний розвиток блогосфери та цифрових платформ істотно трансформує мовні практики інтернет-користувачів і визначає специфіку їхнього сучасного комунікативного стилю. Технічний прогрес сприяє появі нових інструментів взаємодії, що впливають на структуру загальноживаної лексики, яка є основою когнітивної діяльності людини та міжособистісної комунікації. Нові форми цифрової взаємодії формують власний комплекс мовних одиниць – стилів, графічних символів, специфічних знаків, норм і правил їх застосування, які постійно модифікуються під впливом динаміки інтернет-культури.

Молодіжне спілкування в мережі характеризується активним відхиленням від нормативних граматичних та орфографічних стандартів літературної мови. Прагнення до швидкості та економії мовних засобів зумовлює появу нових способів вираження думок, що суттєво впливають на формування сучасних граматичних моделей. Девіативні процеси мовного скорочення, спрощення або графічного моделювання прямо позначаються на лексико-семантичному рівні мови. Саме вони запускають механізми переосмислення традиційних лінгвокультурних одиниць, унаслідок чого виникають нові значення, контекстуальні відтінки та комунікативні функції, характерні для інтернет-сленгу.

Сучасний інтернет-сленг послуговується своєрідними мовними маркерами, що формують окрему комунікативну підсистему. Він містить елементи, які істотно відрізняють цифрову комунікацію від традиційної: скорочення (**ВТW**, **FYI**, **ТВH**), зміна реєстру або навмисне його ігнорування

(**idk, omg**), графічні та фонетичні варіанти слів (*gonna, kinda, u*), а також емоційно марковані одиниці – емодзі, реакційні формули (*lol, lmao*) та засоби візуальної експресії. Такі одиниці часто переходять у повсякденне усне й письмове спілкування, впливаючи на мовленнєву поведінку користувачів і формуючи гібридні моделі мовлення.

Варто підкреслити, що деякі носії мови не завжди легко повертаються до нормативного різновиду після активного використання інтернет-сленгових конструкцій. На думку Л. Верби, «Присутність нетипових для літературної мови скорочень, іншомовних елементів або графічних модифікацій у звичному дискурсі може ускладнювати комунікацію, створювати додаткові бар'єри та провокувати непорозуміння» [20, с. 56].

У межах інтернет-комунікації джерелами формування нових сленгових одиниць слугують елементи різних мовних підсистем – літературної, розмовної, діалектної, іншомовної, а також попередніх шарів молодіжного та субкультурного жаргону [25, с. 35]. У структурі сучасного інтернет-сленгу виокремлюють кілька типів лексичних новотворів, що утворюються за різними словотвірними моделями. Розглянемо детальніше.

Полісемічне розширення значення літературних слів. Процес полісемічного розширення становить одну з найхарактерніших ознак інтернет-сленгу, оскільки саме він забезпечує швидке формування нових значень на базі вже існуючих лексем. У цифровому середовищі слова літературної мови часто зазнають семантичного переосмислення й набувають значень, які не закріплені в традиційних словниках, але є широко зрозумілими користувачам соціальних мереж. Такий тип словотвору ґрунтується на механізмі переносного вживання, коли загальновідомий термін використовується в новому контексті, що створює додаткове смислове навантаження [27, с. 35].

Наприклад, одиниця *viral* (*той, що стрімко поширюється*) у цифровому просторі повністю відривається від первинного медичного значення «вірусний» і позначає контент, що набирає значну кількість переглядів за

короткий проміжок часу. Подібний семантичний зсув демонструє слово *feed* (*стрічка новин*), яке в традиційному значенні пов'язане з дієсловом «годувати», але в інтернеті позначає персоналізований набір публікацій чи медіафайлів. Так само слово *followers* (*підписники*) втратило свій первинний відтінок буквального «послідовника» й набуло значення учасників цифрової спільноти, які слідкують за контентом конкретного користувача.

Полісемія в інтернет-сленгу виконує важливу функцію економії мовних засобів: замість утворення абсолютно нових слів користувачі пристосовують наявні лексеми до нових умов комунікації. Завдяки цьому онлайн-мова розвивається швидше, ніж традиційна, адже нові значення формуються природно, без порушення граматичної або синтаксичної системи. У результаті виникає багатощарова семантична структура, де одне слово може мати кілька паралельних значень, актуальних у різних комунікативних ситуаціях.

Словотворчі моделі на базі літературної лексики. Словотворчі процеси на базі літературної мови є центральним механізмом оновлення інтернет-сленгу. Одним із найбільш характерних є афіксація, особливо префіксація, яка активно використовується для позначення нових дій у цифровому середовищі. Так утворюються одиниці *unsubscribe* (*відписатися*), *repost* (*поширити повторно*), *unfriend* (*видалити з друзів*), де префікси надають нових відтінків значення [81]. Афіксація забезпечує точність і системність, що є необхідною умовою для термінологізації інтернет-лексики.

Іншим продуктивним способом є усічення та графічні модифікації, які імітують усне мовлення та сприяють економії зусиль. Форми *kinda* (*ніби, типу*), *gonna* (*збираюся щось зробити*) стають типовими прикладами фонетичного спрощення, що переноситься в письмову комунікацію. Ці скорочення часто не впливають на розуміння тексту, але значно пришвидшують його продукування, відповідаючи потребам динамічного спілкування онлайн.

Високою продуктивністю вирізняється також контамінація – поєднання частин двох або більше слів для утворення нового. Характерними прикладами

є одиниці *infotainment* (інформаційно-розважальний контент) або *bromance* (близькі дружні стосунки між чоловіками). Такі структури є маркерами нових соціальних явищ, які не мали відповідників у традиційній мові. Контамінація часто створює високі ступені експресивності та образності, що робить її особливо цінною для інтернет-дискурсу.

Запозичення з розмовних і нелітературних шарів рідної мови. Інтернет-сленг активно інтегрує елементи розмовної та просторічної лексики, що відображає природний процес демократизації мовлення у цифрових комунікаціях. Розмовні слова часто підлягають графічним або фонетичним модифікаціям, які роблять їх більш придатними до швидкого онлайн-спілкування [68]. Так, звичні скорочення, пропуски голосних чи зміни регістру є типовими ознаками цієї підсистеми та сприяють стислості висловлювань.

Крім того, інтернет-дискурс охоче запозичує елементи субкультурного жаргону, зокрема молодіжного, адаптуючи їх до нового контексту. Часто такі одиниці зберігають своє первинне стилістичне забарвлення, але отримують ширшу сферу вживання. Модифікації можуть бути мінімальними або, навпаки, істотно змінювати графічний вигляд слова – наприклад, скорочення, альтернативне написання чи заміна звуків символами.

Фонетико-графічне переосмислення слугує механізмом створення впізнаваних, легко відтворюваних форм, які швидко поширюються в мережі. Такі одиниці часто містять внутрішню експресивність, що надає цифровому мовленню невимушеного, неофіційного характеру. Це спричиняє поступове розширення меж між літературним та нелітературним мовленням, оскільки елементи розмовності інтегруються у широкий спектр комунікативних ситуацій.

Запозичення з інших мов. Запозичення з англійської, яка є лінгва франка сучасного інтернету, відіграють ключову роль у формуванні інтернет-сленгу [57, с. 50]. Англійські лексеми часто входять до складу повідомлень у первісній формі, з мінімальною адаптацією, як у випадках *story* (історія/стікер у соцмережах), *cringe* (незручність, сором), *hype* (ажіотаж),

*fake* (підробка), *cancel* (бойкотувати когось). Ці слова швидко засвоюються користувачами завдяки універсальності та зручності.

Частина запозичених слів формує власні словотвірні парадигми та демонструє повну інтеграцію в мовну систему. Наприклад, *to hype* → *hyped, to cancel* → *cancelled* показують, що запозичення не просто функціонують як лексичні одиниці, а й утворюють нові граматичні форми. Це свідчить про високий адаптаційний потенціал інтернет-сленгу та його здатність органічно включати запозичення у систему словотворення.

Англомовні запозичення виконують також функцію встановлення престижу та демонстрації приналежності до глобальної цифрової культури. Використання англіцизмів дозволяє користувачам інтегруватися у міжнародні спільноти, брати участь у глобальних дискурсах і взаємодіяти з контентом без посередництва перекладу. У такий спосіб англійська мова виступає не лише джерелом лексичного поповнення, але й чинником формування нової комунікативної норми.

5. Нові значення сленгових одиниць. Переосмислення значень через метафоризацію та семантичний зсув є одним з найдинамічніших процесів у розвитку інтернет-сленгу. Саме завдяки цим механізмам слова здатні набувати нових, часто емоційно забарвлених або контекстуально залежних смислів. Наприклад, *ghosting* (ігнорування шляхом раптового зникнення) відображає нові моделі міжособистісної поведінки в онлайн-середовищі, які не мають точних аналогів у традиційному дискурсі [79].

Аналогічно, слово *scrolling* (тривале перегортання контенту) метафорично репрезентує безперервне споживання інформації, що є характерним явищем цифрової доби. Термін *flex* (хизуватися) демонструє зміщення значення у бік позначення соціальної поведінки, показності та самопрезентації, особливо в соціальних мережах. Ці нові значення часто стають маркерами певного соціального коду, зрозумілого лише учасникам конкретної онлайн-спільноти.

Іншим прикладом є одиниця *shadowban* (приховане обмеження видимості контенту), яка описує алгоритмічні дії платформ і є терміном, що виник суто в інтернет-контексті [78]. Такі лексеми свідчать про те, що інтернет-середовище не лише адаптує вже наявні слова, але й створює нові концепти, необхідні для опису цифрової реальності. Механізми метафоризації у цьому випадку сприяють появі нового рівня семантичної організації, що виходить за межі традиційної мовної системи.

Однією з найпомітніших характеристик інтернет-сленгу є прагнення до максимальної економії мовних зусиль. У цифровому середовищі, де швидкість реакції та компактність висловлювань стають ключовими параметрами комунікації, користувачі природно тяжіють до створення коротких, лаконічних мовних форм. Такі скорочення не лише роблять повідомлення більш динамічними, але й виконують функцію маркування належності до певної спільноти, оскільки далеко не всі користувачі поза цифровим середовищем здатні одразу розпізнати специфічні форми інтернет-мовлення. Системність цих скорочень дає змогу виділити кілька основних продуктивних моделей.

Clipping (усічення основи). Clipping, або усічення основи, є одним із найдавніших, але водночас найпродуктивніших механізмів словотворення в інтернет-сленгу. Його суть полягає у відкиданні частини слова з метою досягнення максимальної економії та швидкості комунікації. На відміну від традиційної мови, де усічення часто мають розмовний або неформальний характер, у цифровому дискурсі такі форми стають нормою і активно функціонують у текстових повідомленнях, коментарях та соціальних мережах.

Типовими прикладами усічення є одиниці *info* (інформація), *app* (застосунок), *pic* (зображення), які вкорінилися настільки глибоко, що в багатьох випадках користувачі навіть не усвідомлюють їхнього походження [29]. Ці лексеми вирізняються високим рівнем універсальності, адже можуть функціонувати і як самостійні слова, і як компоненти складніших структур.

Вони є незамінними в умовах швидкого обміну даними, характерного для соціальних мереж та месенджерів.

Усічення не порушує граматичних норм, а навпаки – створює оптимізовані форми, які легко інтегруються у будь-який тип повідомлення. Цей спосіб словотвору забезпечує значну економію часу та є одним з головних механізмів, що підтримують енергію й динаміку інтернет-комунікації. Крім того, *clipping* сприяє стандартизації певних мовних конструкцій, які з часом можуть переходити у загальноживану лексику.

*Initialisms and acronyms* (ініціальні скорочення). Ініціальні скорочення становлять окремий тип лексичних одиниць, які виникають внаслідок використання початкових літер кількох слів. У цифровому середовищі такі одиниці є надзвичайно популярними, оскільки дозволяють передавати складні смисли за допомогою мінімальної кількості символів. Саме тому вони часто функціонують як самостійні слова, що не потребують додаткових пояснень для досвідченого користувача.

Найуживанішими прикладами є *LOL* (сміюся вголос), *IDK* (не знаю), *BTW* (до речі), *IMO* (на мою думку), *FYI* (для твого відома). Ці одиниці виконують не лише номінативну функцію, а й важливі прагматичні ролі: маркують ставлення мовця, задають тон висловлювання, створюють емоційний ефект або ж пришвидшують комунікацію [24, с. 261]. Завдяки універсальності вони поширені в усіх жанрах онлайн-взаємодії – від приватного листування до професійних бізнес-чатів.

Унікальність ініціальних скорочень полягає в тому, що ці одиниці можуть розвиватися далі, формуючи похідні слова або змінюючи свою морфологічну структуру. Часто вони стають частиною нових конструкцій або навіть входять до складу змішаних гібридних форм. Таким чином, *acronyms and initialisms* репрезентують адаптивність інтернет-дискурсу та здатність його користувачів до творчих мовних експериментів.

*Blending* (стягнення). *Blending*, або стягнення, є способом творення нових мовних одиниць шляхом поєднання фрагментів двох або більше слів.

Цей механізм особливо ефективний у цифровому середовищі, де є потреба в компактних, але смислово насичених формах. Новотвори, утворені таким способом, як правило, позначають нові явища або концепти, характерні саме для інтернет-культури.

Одним із найвідоміших прикладів *blending* є слово ***blog*** (*онлайн-щоденник*), яке виникло зі сполучення *web* + *log*. Інший приклад – ***netiquette*** (*мережевий етикет*). Ці одиниці вирізняються високою семантичною щільністю, оскільки об'єднують у собі значення двох вихідних слів.

Стягнення відіграє важливу роль у конструюванні нової концептосфери інтернету, оскільки дозволяє користувачам створювати терміни для опису цифрових практик, для яких традиційна мова ще не має усталених відповідників. Унаслідок *blending* виникають лексеми, які здатні швидко поширюватися в мережі завдяки своїй зручності, новизні й експресивності – що робить цей механізм одним із найпродуктивніших у царині інтернет-словотворення.

Семантичне заміщення. Семантичне заміщення передбачає використання альтернативних виразів або синонімічних конструкцій, які мають інше стилістичне забарвлення або експресивність порівняно з традиційними формами. У цифрових комунікаціях цей механізм стає особливо актуальним, оскільки дозволяє варіювати інтонаційний контекст та передавати емоційний компонент без використання додаткових невербальних засобів.

Наприклад, нейтральний вираз ***go away*** (*іди геть*) може бути замінений на більш м'які або більш різкі форми: ***leave me alone*** (*залиш мене в спокої*) чи ***back off*** (*відійди, не наближайся*). Аналогічно, довге висловлення ***I am not sure*** (*я не впевнений*) замінюється короткою, але загальнозрозумілою формою ***idk*** (*не знаю*). Подібні трансформації демонструють, як економія мовних засобів поєднується з прагненням до експресивності [16, с. 3].

Семантичне заміщення також виконує важливу комунікативну функцію – воно дозволяє створювати різний тон висловлювання за допомогою мінімальних засобів. Користувачі навмисно обирають більш неформальні або,

навпаки, більш дистанційні формулювання для того, щоб налаштувати комунікативний стиль відповідно до конкретної ситуації. Таким чином, цей механізм стає засобом гнучкого управління мовною поведінкою у цифровому просторі.

Узагальнюючи проведений аналіз, слід підкреслити, що інтернет-сленг є динамічною та багаторівневою системою, розвиток якої зумовлений специфікою цифрового середовища та потребами сучасної комунікації. Основні словотвірні механізми – полісемічне розширення, афіксація, усічення, стягнення, запозичення та семантичні зсуви – забезпечують швидке оновлення лексики, дозволяючи користувачам адаптувати мовні ресурси до нових форм соціальної взаємодії. Ці процеси не є випадковими або хаотичними: навпаки, вони формують цілісну систему, у межах якої сленгові одиниці набувають стабільних структурних і семантичних характеристик, притаманних цифровому дискурсу. Значною мірою це обумовлено необхідністю економії мовних зусиль, швидкого обміну інформацією та прагненням до експресивності, що визначають мовні стратегії сучасного користувача мережі.

Водночас структурні особливості інтернет-сленгу слугують індикатором ширших соціокультурних процесів, що відбуваються у цифровому суспільстві. Нові лексичні форми не лише виконують номінативну функцію, а й конструюють нові моделі поведінки, уявлень та соціальної ідентичності. Вони стають засобом групової самоідентифікації, маркером приналежності до певних спільнот, а також інструментом формування нового типу комунікаційної норми, яка відрізняється гнучкістю, відкритістю та багатоканальністю. Тому інтернет-сленг може розглядатися як важливий компонент мовної картини світу сучасної людини, що відображає трансформації мовної практики під впливом цифрової культури та слугує підґрунтям для подальшого розвитку комунікативних інновацій.

## 2.2. Семантичні особливості інтернет-сленгу: типи семантичних трансформацій

Семантична система інтернет-сленгу відзначається особливою динамічністю та гнучкістю, що зумовлено специфікою цифрової комунікації, швидкістю поширення інформації та високою інноваційністю мовної поведінки користувачів соціальних мереж. Оскільки інтернет-дискурс формує нові соціальні практики та комунікативні стратегії, традиційні мовні одиниці зазнають переосмислення, уточнення або навіть повного зміщення значення. Саме тому семантичні трансформації виступають одним із ключових механізмів оновлення інтернет-сленгу, відображаючи як індивідуальну креативність мовців, так і колективні тенденції онлайн-спільнот.

У межах англомовного інтернет-простору найпоширенішими видами семантичних змін є розширення та звуження значення, зміна конотації (*semantic shift*), метафоризація, а також поява нових прагматичних та емоційних нашарувань, спричинених контекстом онлайн-взаємодії. Ці процеси не є випадковими: вони відбуваються у відповідь на потреби цифрової культури, яка прагне до лаконічності, експресивності та символічного збагачення комунікації. Особливо активно такі трансформації виявляються на платформах, що дозволяють швидко поширювати контент, – *TikTok*, *Instagram*, *X (Twitter)*, *YouTube* та *Facebook*.

Дослідження семантичних особливостей інтернет-сленгу є важливим для розуміння того, як трансформується значення лексичних одиниць під впливом цифрового середовища, які механізми стоять за мовною інновацією та як онлайн-спільноти колективно формують нові смисли. Подальший аналіз буде зосереджено на ключових типах семантичних трансформацій, характерних для англомовного інтернет-сленгу, із наведенням реальних прикладів сучасного онлайн-мовлення.

*Semantic broadening* (розширення значення). Процес розширення значення передбачає, що слово, яке в традиційній мові має обмежену або

конкретну семантику, у цифровому середовищі набуває ширшого спектра вживань. Цей тип трансформації є надзвичайно характерним для інтернет-сленгу, оскільки цифрове середовище створює умови для переосмислення і розширення функціональних можливостей лексичних одиниць. Розширення значення часто зумовлене прагненням позначити нові явища, соціальні ролі або типи поведінки, які раніше не мали усталеного мовного вираження.

Характерним прикладом є слово *vibe* (*атмосфера, настрій*), яке у традиційній англійській мові позначало лише загальне емоційне враження. В інтернеті це слово почало описувати не тільки атмосферу або настрій, а й людей, стиль життя чи навіть поведінку: “*She’s such a vibe!*” – «Вона – просто втілення певного настрою/атмосфери» [45]. Аналогічно лексема *legend* (*легенда*) зазнала семантичного розширення: вона використовувалася щодо видатних історичних осіб, проте в інтернет-середовищі стала позначати будь-кого, хто здійснив щось кумедне, ефектне або соціально схвалюване: “*You brought snacks? Legend.*” – «Ти приніс перекус? Ти – легенда.» [88]

До прикладів broadening належить і слово *creator* (*творець*), яке традиційно позначало авторів мистецьких чи інтелектуальних творів. У соціальних мережах ця одиниця стала універсальним позначенням будь-якої особи, що створює контент, незалежно від рівня професійності чи жанру: “*She’s my favorite creator on TikTok.*” – «Вона – мій улюблений контентмейкер у TikTok» [86]. Таким чином, semantic broadening демонструє здатність інтернету розширювати межі лексичного значення відповідно до нових соціальних і комунікативних потреб.

Semantic narrowing (звуження значення). На відміну від розширення, звуження значення передбачає, що слово з широкою семантикою набуває більш спеціалізованого значення в інтернет-культурі. Такий процес характерний для одиниць, що активно використовуються у конкретних форматах цифрового спілкування, особливо на платформах, де формується сталий набір соціальних ролей або функцій. Звуження є наслідком того, що

користувачі починають сприймати загальне слово як технічний або соціально маркований термін.

Показовим прикладом є абревіатура **DM** (*особисте повідомлення*), яка раніше могла застосовуватися щодо будь-якого приватного повідомлення в мережі. У сучасному інтернет-дискурсі вона звузила своє значення і тепер асоціюється переважно з функцією приватної переписки у соціальних мережах: “*DM me the details.*” – «*Напиши мені деталі в приватні повідомлення*». Подібне звуження відбулося й зі словом *story* (*історія*), яке в традиційному значенні описувало будь-яку розповідь. Нині воно чітко позначає короткі тимчасові публікації у соціальних мережах як окремий жанр контенту [48, с. 192].

Іще одним прикладом narrowing є лексема **influencer** (*впливова людина*) [85]. Первісно вона описувала будь-кого, хто має значний вплив на думку інших; проте у цифровому середовищі цей термін став вузько пов’язуватися з користувачами соціальних мереж, які створюють рекламний або іміджевий контент. Таким чином, semantic narrowing засвідчує тенденцію інтернет-дискурсу до формування високоспецифічних соціальних ролей і технічних понять.

Semantic shift (зміна конотації). Semantic shift передбачає зміну емоційного або стилістичного забарвлення слова, що призводить до появи нових конотацій. Цей тип трансформації є особливо поширеним у соціальних мережах, де оцінні судження, мемність та гумористична природа контенту активно впливають на семантичну еволюцію лексем. Конотативні зміни часто відображають колективні уявлення онлайн-спільноти про певні типи поведінки або соціальні стереотипи.

Одним із найвідоміших прикладів є слово **Karen** (*Карен*), яке позначало звичайне жіноче ім’я. У сучасному інтернет-дискурсі воно набуло негативної конотації й використовується на позначення примхливої, агресивної або надмірно вимогливої жінки: “*She’s being such a Karen today.*” – «*Вона поводитья як фурія сьогодні*». Подібний зсув конотації демонструє слово

*simp* (надмірно захоплений або покірний прихильник), яке втратило первинний нейтральний відтінок і стало позначати людину, що беззастережно підтримує когось, зазвичай із романтичних мотивів [85].

Ще один приклад – лексема *sus* (підозрілий), яка походить від слова *suspicious*. У традиційному мовленні вона не мала особливої емоційної конотації, проте у просторі соціальних мереж набула жартівливого, іронічного забарвлення: “*That excuse sounds sus.*” – «Це виправдання звучить підозріло» [87]. Таким чином, semantic shift є механізмом, який формує нові мовні стереотипи та дозволяє онлайн-спільнотам конструювати спільні уявлення про поведінкові типи.

Metaphorization (метафоризація). Метафоризація є одним із найпродуктивніших механізмів семантичної трансформації в інтернет-сленгу. У цьому процесі слово набуває нового, переносного значення, що виникає внаслідок переосмислення його буквального семантичного ядра. Інтернет-культура активно використовує метафори для позначення нових соціальних явищ, які важко описати традиційними лексичними засобами. Метафоризація збагачує мовлення образністю, дозволяє створювати стислу, але глибоку семантику та сприяє виникненню нових комунікативних моделей.

Одним із найвідоміших прикладів є слово *tea* (плітки, цікава інформація), що первинно означало чай. У соціальних мережах воно набуло нового метафоричного значення «інформація, яку хочуть почути» або «інтимні деталі ситуації»: «*Spill the tea!*» – «Розкажи всі плітки!». Іншим яскравим прикладом є слово *cap* (брехня), яке в прямому значенні означає головний убір, але через метафоричне переосмислення стало позначати неправдиву інформацію: «*That's cap.*» – «Це брехня.» Вислів *no cap* (чесно, без брехні) посилив це значення [55, с.35].

Поширеним є й метафоричне використання дієслів. Наприклад, слово *ghost* (зникати, ігнорувати) метафорично переносить образ «привида» на поведінкову стратегію уникання спілкування: «*He ghosted me.*» – «Він просто зник і перестав відповідати». Аналогічно лексема *spill* (розповісти деталі,

«розкрити карти») переносить рух рідини на акт передачі інформації [65, с. 32]. Метафоризація у цифровому просторі є настільки динамічною, що деякі вирази набувають широкої популярності буквально протягом кількох днів, стаючи частиною глобального інтернет-дискурсу.

Semantic bleaching (семантичне знебарвлення). Семантичне знебарвлення полягає у втраті словом свого первинного смислового наповнення. У результаті інтенсивного вживання в цифровому середовищі слово втрачає частину своєї семантичної ваги та перетворюється на універсальний маркер емоційної або прагматичної реакції [32, с. 78]. Цей процес характерний для інтернет-комунікації, де багато лексем використовуються не стільки для позначення конкретного змісту, скільки для вираження ставлення, емоційної реакції або соціальної маркованості.

Одним із найпоширеніших прикладів bleaching є слово *literally* (буквально), яке втрачає своє первинне значення й починає функціонувати як підсилювач будь-якого висловлювання: «*I'm literally dying of laughter!*» – «Я буквально помираю від сміху!», хоча вислів не передає буквального характеру. Подібну роль виконує й слово *literally you*, яке в ТікТок означає «це про тебе», незалежно від буквального значення [22, с. 9; 86].

Ще один приклад – лексема *slay* (виглядати прекрасно, діяти впевнено), яка первинно означала «вбивати». У сучасному інтернет-сленгу вона настільки втратила свою первинну семантику, що використовується виключно для вираження схвалення або захоплення: «*You slayed this look!*» – «Тю просто неймовірно виглядаєш!». У деяких випадках bleaching призводить до появи повністю нових, стилістично нейтральних або прагматично універсальних формул, що демонструє високий ступінь адаптивності інтернет-лексики [68, с. 40].

Інші види семантичних трансформацій (recontextualization, pragmatic strengthening). Окрім основних процесів, інтернет-сленг демонструє низку додаткових семантичних трансформацій, найпомітнішими серед яких є реконтекстуалізація (recontextualization) та прагматичне підсилення (pragmatic

strengthening). Реконтекстуалізація передбачає перенесення слова або виразу у новий дискурс, де воно набуває іншої функції чи нового семантичного відтінку. Наприклад, слово *ratio* (співвідношення) у мережі X (Twitter) отримало нове значення: «*being ratioed*» – отримати більше негативних реакцій, ніж позитивних підписів, що повністю змінює його початкову семантику [6; 87].

Прагматичне підсилення виникає тоді, коли слово набуває додаткової емоційної чи стилістичної ваги, часто унаслідок повторюваного вживання у певних контекстах. Так, лексема *dead* (дуже смішно, «я помираю від сміху») стала маркером сильної реакції на гумористичний контент: «*I'm dead.*» – «Я просто вмираю від сміху». Первинне значення зберігається, але емоційно зміщується до вираження враження або реакції, а не стану. Те саме стосується й виразу *I can't* (я не можу, у значенні «це надто смішно/дивно»), який набув додаткової прагматичної сили в онлайн-дискурсі [70, с. 193].

Іншим прикладом recontextualization є слово *aesthetic* (естетичний стиль, приємний візуал), яке у традиційній мові описувало художні принципи, а в соціальних мережах стало позначати будь-який стильовий образ, атмосферу або візуальну композицію: «*This room is so aesthetic.*» – «Ця кімната має дуже стильний вигляд.» Такі процеси демонструють, що інтернет-сленг активно пристосовує наявні слова до нових культурних ролей, формуючи нову систему значень [84].

Семантичні трансформації інтернет-сленгу демонструють високу динамічність мовної системи, що розвивається під впливом цифрових технологій та нових форм соціальної взаємодії. Процеси розширення й звуження значення, зміни конотацій, метафоризації, семантичного знебарвлення та переосмислення в нових контекстах засвідчують, що інтернет-комунікація створює унікальне середовище, де лексичні одиниці активно набувають нових смислових напашарувань. Ці зміни не є хаотичними: вони відповідають потребам швидкої, емоційно виразної та соціально маркованої комунікації, яка лежить в основі сучасного цифрового дискурсу.

Проведений аналіз показує, що англомовний інтернет-сленг формує власну семантичну систему, яка відображає тенденції глобальної цифрової культури та механізми колективної мовної творчості. Розширення значення дозволяє позначати нові явища одним словом, звуження – створювати спеціалізовані терміни в межах окремих платформ, а зміна конотацій – формувати соціальні типи та поведінкові моделі. Метафоризація та семантичне знебарвлення сприяють появі нових комунікативних формул, тоді як реконтекстуалізація й прагматичне підсилення забезпечують адаптацію традиційних слів до змінених комунікативних умов.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що семантичні зміни в інтернет-сленгу не лише відображають соціокультурні процеси цифрової епохи, але й активно впливають на них. Сленг соціальних мереж формує нові смислові горизонти, що згодом можуть переходити у ширший мовний ужиток, поступово змінюючи загальну мовну картину світу. Таким чином, інтернет-сленг є потужним індикатором мовної еволюції, який засвідчує адаптивність та креативність сучасних мовців.

### **2.3. Англомовний інтернет-сленг як джерело запозичень у сучасному українському інтернет-дискурсі**

У сучасній лінгвістиці до найпоширеніших механізмів поповнення сленгового словника відносять залучення термінологічної лексики, іншомовних елементів, одиниць кримінального жаргону та інших соціолектів, а також метафоричні процеси переосмислення [37, с. 115]. Особливо інтенсивно сленг оновлюється за рахунок англомовних запозичень, що зумовлено глобальним статусом англійської мови, цифровізацією комунікації, міжнародною академічною мобільністю та активною культурною інтеграцією. Як слушно зауважує Б. Ажнюк, поява англомовних сленгізмів є не лише наслідком поширення самої англійської мови, але й результатом популяризації

моделей поведінки, притаманних західній культурі, та прагнення молоді наслідувати її символічні зразки [1, с. 50].

Таким чином, використання англіцизмів у молодіжному середовищі, зокрема в українському, має не лише лінгвістичне, але й соціопсихологічне підґрунтя. Запозичення часто виконують маркерну функцію – вони сигналізують про належність до певної спільноти, яка відзначається спільними мовними кодами [20]. Аналогічно до моди на французькі вирази у ХІХ ст., сьогодні молодіжні групи використовують англійські сленгізми як інструмент самоідентифікації та соціального престижу. Обов'язкове шкільне вивчення англійської та постійний контакт із цифровим контентом англійською сприяли тому, що українська молодь легко розуміє іноземні запозичення й активно залучає їх до власної мовної практики [26].

У контексті молодіжного сленгу англіцизми виконують насамперед експресивну та номінативну функції, забезпечуючи стислі та виразні способи позначення предметів чи явищ, зокрема властивостей особи чи її поведінки (наприклад, *cringe* – «те, що викликає сором або відчуття незручності», *toxic* – «психологічно виснажлива, шкідлива поведінка»). Така лексика органічно вписується в український інтернет-дискурс, адже відповідає запиту молодих мовців на динамічність, оцінність і креативність [18, с. 16].

Поняття «англіцизм» у сучасному мовознавстві визначається як різновид іноземного запозичення – іноземна лексична одиниця або її семантична модель, інтегрована в систему української мови шляхом транслітерації, транскрибування або словотвірної адаптації [40]. У цьому дослідженні термін «запозичення» використовується у вузькому значенні – як входження англійських одиниць до лексичного фонду молодіжного сленгу при частковому або повному збереженні ознак мови-джерела. Згідно з класичним визначенням, запозиченням вважається звук, морфема, слово або його окреме значення, а також стійкі словосполучення чи синтаксичні структури, перенесені з однієї мови до іншої [77].

Проблематика лексичних запозичень у сучасній лінгвістиці окреслюється широким спектром підходів, що пояснюється багаторівневістю та різноплановістю цього явища. У традиційній класифікації, запропонованій у соціолінгвістичних і лексикологічних студіях, виділяють кілька базових типів іншомовної лексики. По-перше, це запозичені слова, які можуть або повністю зберігати структурні характеристики слова-оригінала, або частково видозмінюватися внаслідок фонетичної, графічної чи морфологічної адаптації мовою-реципієнтом. До цього ж типу належать одиниці, у яких заміщується один із морфемних компонентів, найчастіше афіксальна частина [37, с. 103].

Другу групу становить так звана екзотична лексика – іншомовні слова, що в українській мові не піддаються морфемному членуванню й функціонують як цілісні елементи, змінюючи лише графічну форму відповідно до норм письма. Третю групу формують іншомовні вкраплення, які, подібно до екзотизмів, зберігають повністю чужомовний вигляд, однак частіше виконують функцію стилістичного маркера, передаючи особливий соціальний чи культурний колорит [37, с. 103].

Однією з найгрунтовніших типологій запозичень вважається класифікація, запропонована Л. Ставицькою, яка систематизує явище з урахуванням генетичних, семантичних, структурних і функціональних параметрів [54]. У її моделі запозичення диференціюються за походженням (індоєвропейськи, германізьки, англійськи, тюркізьки тощо), за ступенем поширення в різних мовах (інтернаціоналізьки, локалізьки, оказіоналізьки), а також за рівнем засвоєння мовою-реципієнтом (повністю адаптовані, частково адаптовані та незасвоєні).

Не менш важливою є класифікація за структурною організацією запозиченої одиниці: іншомовна форма, змішана (напівкалькована) форма та власне калька, що виникає при відтворенні внутрішньої форми слова засобами мови-реципієнта. Окремо виділяють критерій графічного оформлення, який дозволяє розмежувати слова, адаптовані до української орфографії, та іншомовні вкраплення, що зберігають первинний вигляд [54].

Дослідниця також пропонує класифікувати запозичення за семантичними й стилістичними характеристиками – наприклад, екзотизми, варваризми чи орієнталізми, а також за лексико-граматичними типами (іменники, дієслова, вигуки). Тематичний принцип охоплює сфери вжитку: суспільно-політичну лексику, культурно-побутові реалії, наукові терміни, назви установ, об'єктів, артефактів тощо. Важливим критерієм є також часовий параметр, що дозволяє розмежовувати історичні та новітні запозичення [54].

Очевидно, що така розгалужена типологія охоплює більше параметрів, ніж це необхідно для аналізу інтернет-сленгу. Водночас вона дає змогу усвідомити складність явища запозичення та визначити релевантні критерії для подальшого опису англомовних сленгізмів в українському цифровому дискурсі.

У сучасному інтернет-дискурсі англомовні сленгізми виступають цілісною системою, що демонструє внутрішню організованість і семантичну впорядкованість. Тому важливим етапом їхнього аналізу є лексико-семантичне групування. Н. Гудима, класифікуючи іншомовні лексеми за тематичними ознаками, слушно зауважує, що запозичення охоплюють широке коло сфер: економіку, суспільно-політичні реалії, предметний світ побуту, назви осіб, явища культури, науки, техніки, емоційно-оцінну лексику та ін. [26]. У межах інтернет-сленгу ці домени органічно переплітаються, формуючи нові групи, що часто об'єднані спільною прагматикою. Так, до емоційно-оцінної лексики належать такі поширені англіцизми, як *cringe* – *криндж* (*This movie is so cringe. – Цей фільм – повний криндж*) чи *hype* – *хайп* (*There's so much hype around this show. – Навколо цього серіалу стільки хайпу*), тоді як до соціально маркованих назв осіб належить, наприклад, *boomer* – *бумер* (*Only boomers still use that app. – Такий застосунок зараз використовують хіба бумери*) [84; 85; 86].

Поза тематичним групуванням важливим є опис способів інтеграції англомовних одиниць у молодіжний український сленг. Ю. Загребнюк говорить про три основні типи таких одиниць: новотвори, утворені в українській мові за моделями англійської, неозапозичення, адаптовані через транскрипцію чи транслітерацію, та неосемантизми, які зазнають зміни значення при входженні

в українське мовне середовище [28, с. 65]. Неосемантизмами є, наприклад, *stream* → *стрімнути* (*I'm going to stream tonight on Twitch. – Я сьогодні ввечері буду стрімнути на Twitch*) чи *follow* → *фоловити* (*I'll follow you back if you follow me. – Я тебе зафоловлю, якщо ти зафоловиш мене*). До адаптованих неозапозичень належать *merch* – *мерч* (*Their new tour merch looks amazing. – Їхній новий туровий мерч виглядає просто чудово*) або *donation* → *донат* (*Thanks for the donation, it really helps. – Дякую за донат, це справді допомагає*) [13, с. 116].

Подальше розмежування пов'язане з механізмами запозичення. Дослідники традиційно виокремлюють пряме (матеріальне) запозичення та калькування [9]. Пряме запозичення характерне для інтернет-середовища, оскільки англійські слова зберігають оригінальну графіку й фонетику, часто функціонуючи паралельно з українськими формами: *flex* → *флексити* (*He's just trying to flex his new car. – Він просто флексить своєю новою машиною.*), *swipe* → *свайпати* (*Just swipe up to see more. – Просто свайпни вгору, щоб побачити більше.*), *lag* → *лагати* (*The game keeps lagging on my laptop. – Гра постійно лагає на моєму ноутбуці.*). Калькування ж стосується насамперед семантичних структур, як у випадку *proof* → *пруф* (*Do you have any proof of that? – У тебе є якісь пруфи цього?*), де зберігається лише значення, але змінюється форма відповідно до норм українського мовлення [87; 88].

Таким чином, аналіз англомовних запозичень в інтернет-сленгу передбачає одночасне врахування їхньої семантичної організації, словотвірної моделі та засобів адаптації. Запозичення функціонують не як випадкові елементи, а як впорядкована система одиниць, що відображає комунікативні потреби цифрового покоління та загальні тенденції глобалізації мовного простору.

У межах прямого запозичення дослідники традиційно виокремлюють кілька підтипів, що різняться характером відтворення іншомовної форми.

Першу групу становлять лексичні запозичення, коли в українську мову входить і зовнішня форма слова, і його первинне значення. Саме так входять

англіцизми на зразок **merch** – мерч (*Their new tour merch looks amazing. – Їхній новий туровий мерч виглядає просто чудово.*) чи **donation** → донат (*Thanks for the donation, it really helps. – Дякую за донат, це справді допомагає.*) [86; 88]

Друга група включає випадки, коли запозичується лише матеріальна оболонка слова – звукова чи графічна, але в мові-реципієнті вона наповнюється новим змістом; до таких належать, наприклад, **flex** – флексити (*He's just trying to flex his new car. – Він просто флексить своєю новою машиною.*) [85].

Третю групу становлять морфемні запозичення, за яких українська мова засвоює кореневі або словотвірні елементи, що надалі слугують моделями для творення нових слів [54].

На основі наших спостережень, більшість англіцизмів потрапляють до молодіжного українського сленгу саме як іншомовні вкраплення або варваризми, що повністю узгоджується з підходами, описаними Л. Ставицькою [54]. Іншомовні вкраплення становлять відкриту групу одиниць, уживання яких залежить від рівня володіння англійською мовою, комунікативної ситуації та жанру. Такі елементи не входять повністю в українську мовну систему, однак у молодіжному дискурсі вони активно функціонують у поєднанні з граматичними моделями української. Наприклад, форми типу **ROFL** → рофлти (*That meme had me ROFL. – Через той мем я просто рофлив*) або **off-topic** → офтоп (*This comment is totally off-topic. – Цей коментар – повний офтоп*) надають висловлюванню додаткової експресивності [87].

До іншомовних вкраплень, на нашу думку, належать не лише повністю іншомовні словоформи, а й частково адаптовані варіанти, що зазнали фонетичної чи морфемної асиміляції. Такі одиниці можуть включатися у внутрішню структуру складних слів або набувати додаткової семантичної ваги завдяки контамінації. Приклади **swipe** → свайпати (*Just swipe up to see more. – Просто свайпни вгору, щоб побачити більше.*) чи **share** → шерити (*Don't forget to share this post. – Не забудь зашерити цей допис.*) демонструють, як іншомовний елемент працює в ролі активного словотворчого компонента українського сленгу [84; 88].

У мовознавчій традиції термін «варваризми» використовується щодо іншомовних елементів, які вже інтегровані у фонетичну та граматичну систему мови, але зберігають маркування «чужорідності» [26]. У молодіжному інтернет-сленгу до таких можна віднести *cringe* → *криндж* (*This movie is so cringe.* – *Цей фільм – повний криндж*) чи *toxic* → *токсик* (*Stop being so toxic in the chat.* – *Перестань бути таким токсиком у чаті*). Якщо ж подібні одиниці зазнають словотвірних перетворень – як, наприклад, *trigger* → *тригерити* (*That comment really triggered her.* – *Той коментар її справді затригерив*) – вони розглядаються як трансформовані варваризми [86; 88].

Специфіка входження англіцизмів у молодіжний сленг полягає в надзвичайній динамічності цього лексичного шару. Багато одиниць з'являються й так само швидко зникають, не встигаючи стати стабільною частиною системи. Причиною запозичення часто є не номінативний дефіцит, як у літературній мові, а прагнення до експресивності, модності та групової ідентифікації. Так, сленг активно засвоює форми, що дублюють уже наявні українські поняття, але мають іншу соціальну конотацію – *chill* → *чілити* (*We're just going to chill at home tonight.* – *Ми сьогодні просто будемо чілити вдома.*), *tilt* → *тільтувати* (*I tilted so hard after losing that match.* – *Я жорстко затільтував після поразки.*), *hate* → *хейт* (*She gets a lot of hate online.* – *Вона отримує багато хейту в інтернеті.*). Більше того, англіцизми нерідко зазнають семантичних зсувів, розширення або звуження значення, а також активного словотворення (*stan* → *стенити*; *ship* → *шипперити*), що підтверджує їхню гнучку адаптацію до умов цифрової комунікації [3].

Л. Архипенко, аналізуючи адаптацію англомовних запозичень у медійному дискурсі кінця ХХ – початку ХХІ ст., пропонує поділ англіцизмів на дві основні групи, який релевантний і для матеріалу сучасного молодіжного сленгу [3]. Перша група охоплює загальноновживані англіцизми, серед яких давні запозичення, колишні екзотизми, слова з новими українськими значеннями та новітні англіцизми. Друга група – англіцизми з обмеженою сферою вживання, до яких належать територіально маркована, професійна та сленгова лексика.

Саме в межах цієї групи найдинамічніше функціонують інтернет-сленгізми, зокрема *lag* → *лагати* (*Гра постійно лагає на моєму ноутбуці*), *flex* → *флексити* (*Він просто флексить своєю новою машиною*), *swipe* → *свайпати* (*Просто свайпни вгору, щоб побачити більше*) [88].

У молодіжному середовищі чітко простежується розмежування на активний та пасивний словниковий шар англіцизмів. До активного належать одиниці, що широко функціонують у буденній комунікації, забезпечуючи експресивність та швидкість висловлення: *cringe* → *криндж*, *hype* → *хайп*, *stream* → *стрімити*, *share* → *шерити*. Пасивний шар утворюють одиниці, які молодь розуміє, але використовує ситуативно або в межах певних субкультурних груп. Наприклад, *tilt* → *тільтувати* чи *proof* → *пруф* активно функціонують у геймерській та технічній комунікації, але менш характерні для ширшого молодіжного вжитку. Ця варіативність зумовлена інтерференцією різних субмов, у яких може одночасно перебувати індивід, – студентської, професійної, комп'ютерної та ін. [54].

Як слушно зазначає Л. Ставицька, молодіжний сленг має нестабільну й експресивно марковану природу, що сприяє вільному включенню англіцизмів до мовлення поза межами літературної норми [54]. Це дозволяє використовувати такі одиниці, як *boomer* → *бумер* (*Такий застосунок зараз використовують хіба бумери*), *stan* → *стенити* (*Я повністю стеню цю співачку*), *ship* → *шипперити* (*Я повністю шипперю цих двох персонажів*), *toxic* → *токсик* (*Перестань бути таким токсиком у чаті*), у ролі маркерів групової ідентичності та засобів соціального самовираження [84; 88]. Саме завдяки цій відкритості до мовних змін англомовні запозичення легко входять до молодіжної комунікації, швидко поширюються в цифровому просторі та сприяють збагаченню виражальних ресурсів сучасного українського інтернет-дискурсу.

Проведений аналіз засвідчує, що адаптація англіцизмів у сучасному українському молодіжному сленгу має системний і водночас високодинамічний характер. Запозичення не функціонують як хаотичні

лексичні включення, а формують структуру, у якій простежуються закономірні шляхи інтеграції: від повного іншомовного вкраплення до часткової чи повної асиміляції. У молодіжному мовленні англіцизми не лише виконують номінативну функцію, але й стають експресивними маркерами, що забезпечують швидкість, емоційність і соціальну впізнаваність комунікації. Ця тенденція корелює з висновками дослідників про домінування англійської мови у глобальному просторі та її вплив на локальні мовні практики.

Водночас важливою рисою англословних сленгізмів є їхня неоднорідність: частина запозичень входить до активного вжитку, а інша залишається на периферії, формуючи пасивний шар лексики. Це зумовлено інтерференцією різних субкультурних мов – геймерської, студентської, технічної, професійної – у межах яких окремі одиниці реалізують свою комунікативну функцію. У цьому контексті поділ англіцизмів, запропонований Л. Архипенко, виявляється релевантним для аналізу сленгової лексики, а спостереження Л. Ставицької дозволяють осмислити стилістичну природу молодіжного мовлення, яке характеризується невимушеністю, експресивністю та інноваційністю.

Таким чином, англіцизми у молодіжному сленгу є не лише результатом мовного контакту, але й важливим індикатором соціальних, культурних і технологічних зрушень. Вони демонструють відкритість сленгової системи до зовнішніх впливів і здатність інтегрувати запозичені одиниці у власну мовну структуру через переосмислення, модифікацію та стилістичне переоформлення. Молодіжний сленг постає як гнучкий інструмент соціалізації та самовираження, у якому англіцизми виконують роль ключових елементів сучасного комунікативного коду.

## РОЗДІЛ 3

### ФУНКЦІОНАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ІНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ

#### 3.1. Інтернет-сленг як засіб групової ідентифікації

Однією з ключових функцій інтернет-сленгу є формування та підтримання групової ідентичності, що виявляється у процесі спілкування в межах онлайн-спільнот. Сленгові одиниці виконують роль маркерів належності до певної соціальної, вікової або інтересової групи, забезпечуючи внутрішню згуртованість та відмінність від «зовнішніх» учасників комунікації [23, с. 52].

Використання сленгу робить мовлення більш експресивним і лаконічним, надає можливість вільніше висловлювати думки та емоції. Такий спосіб комунікації дозволяє швидко й оригінально передавати зміст, що особливо важливо в умовах динамічного інтернет-середовища. Вважається, що молодіжний сленг поступово виходить за межі молодіжного середовища: ним користуються й дорослі – зокрема батьки та педагоги – прагнучи вибудувати менш формалізовану, більш невимушену та зрозумілу комунікацію з молоддю.

Дослідники культури мови нерідко дотримуються позиції, що сленг має деструктивний вплив на мовні норми та знижує рівень загальної і мовленнєвої культури. На їхню думку, під впливом сленгової комунікації молодь частіше припускається орфографічних та граматичних помилок не лише в соціальних мережах, а й у повсякденному мовленні: скорочується словниковий запас, послаблюється здатність чітко формулювати власні думки та грамотно будувати мовні конструкції. Саме тому часто сленг категоризують як порушення норм стандартної мови.

Молодіжний сленг – явище, що функціонує в будь-якій мові та наявне в будь-якій культурі, яке змінює лише кількісний склад і сферу застосування

під впливом мовних і немовних факторів [30]. Будучи невід'ємною частиною молодіжної субкультури (оскільки жодна культура не може існувати без власного комунікативного коду), сленг набуває поширення у побутовій, культурній та навіть політичній сферах. Це зумовлено низкою його специфічних характеристик, які роблять сленг мобільним, динамічним та придатним для виконання функцій соціальної ідентифікації.

Однією з основних особливостей молодіжного сленгу можна вважати поліфункціональність. Молодіжний сленг виконує велику кількість функцій, часто цілковито полярних за своїм значенням, що обумовлює причини масштабності його поширення в різних сферах і визначає домінуючі способи репрезентування.

Молодіжний сленг (а саме молодіжне середовище є основним носієм Інтернет-сленгу) зберігає перманентну актуальність, оскільки молодь завжди прагне до самовизначення і самоствердження в соціумі, до відмежування від старших поколінь та підкреслення власної групової ідентичності. Динамічний характер цього явища пояснюється також безперервним розвитком технологій, інновацій, модних тенденцій та різних мистецьких напрямів, які формують нові поняття й соціокультурні реалії. Оскільки предмети й явища змінюються, трансформуються і лексика, що їх позначає. Зупинка процесу словотворення призвела б до стагнації мовної системи. Характерно, що чимало слів, популярних у ХХ столітті, нині майже не функціонують і залишилися переважно в культурних артефактах – фільмах, книгах чи тогочасних текстах. На формування інтернет-сленгу як інструмента групової ідентифікації впливає низка чинників, серед яких можна виокремити Веб-спілкування, що стало невід'ємною частиною повсякденного життя молоді [15, с. 72]. Його специфіка полягає у швидкому, лаконічному обміні повідомленнями, що супроводжується широким використанням сленгових форм й відступом від нормативних граматичних правил. Типовими прикладами веб-повідомлень є електронні листи та особливо повідомлення в месенджерах, де серії скорочених лексем, літер і

цифрових замін виконують роль маркерів групової приналежності. Принцип абрєвіації передбачає: чим більш нагальною є потреба в оперативному обміні інформацією, тим коротшими стають мовні засоби. У чатах та месенджерах скорочення застосовуються значно частіше, ніж в електронній пошті; поширені заміни букв, комбінування літер і цифр, а також різні типи графічних модифікацій [36, с. 13]. У такому контексті сленг виконує не лише експресивну функцію, дозволяючи передавати емоційні стани, а й функцію економії часу. Крім того, він створює впізнаваний комунікативний код, що слугує важливим засобом групової ідентифікації в молодіжних онлайн-спільнотах.

До цього ж типу належить і веб-спілкування в середовищі геймерів. Комп'ютерні ігри є одним із найпотужніших чинників формування молодіжних онлайн-спільнот, оскільки зараз майже кожен представник молоді користується різними комп'ютерними гаджетами, ігровими приставками та іншою «розумною» технікою [41, с. 133]. У ситуаціях, коли гравці не володіють достатнім рівнем англійської мови, нерідко виникає неправильне прочитання або переосмислення англійських слів, що призводить до появи нових сленгових форм. Такі одиниці швидко закріплюються у внутрішньому лексиконі геймерських спільнот та виконують роль маркерів групової належності.

Прикладами таких одиниць можуть бути: *to lag* – *зависати* (про гру або підключення), *noob* / *n00b* – *новачок*, часто з іронічним або зневажливим відтінком, *grind* – *тривале виконання однотипних дій для досягнення ігрового результату*, *respawn* – *повторне відродження персонажа*, *AFK* (*away from keyboard*) – *стан гравця, який тимчасово не взаємодіє з грою*, *GG* (*good game*) – *формула ввічливості або й сарказму після фіналу бою* [88].

У такому контексті сленг виконує передусім ідентифікаційну функцію, оскільки відображає належність користувача до певної ігрової спільноти, демонструє рівень його залученості та компетентності, а також слугує засобом встановлення межі між «своїми» та «чужими» [42, с. 228].

Ще одним важливим аспектом впливу на Інтернет-сленг є розвиток комп'ютерних технологій. У контексті науково-технологічної революції кожне нове явище потребувало власної номінації, і більшість таких назв надходили в український мовний простір саме з англійської, яка на сучасному етапі домінує у сфері цифрових технологій. Оскільки значна частина цих термінів не має усталених українських відповідників, користувачі зберігають оригінальні англійські форми або створюють їх спрощені варіанти для повсякденного використання. Такі одиниці, як *e-mail* → *mail*, *user*, *upgrade*, *hacker*, *to hack*, стають не лише зручними номінативними засобами, а й важливими маркерами групової належності. У молодіжних і технічних спільнотах використання подібних термінів сигналізує про обізнаність, залученість до цифрової культури та володіння «мовою своєї спільноти». Саме тому у цьому контексті сленг, окрім номінативної функції, виконує виразну ідентифікаційну функцію, допомагаючи користувачам позначати себе як учасників певної технологічно орієнтованої групи [50, с. 70].

Сучасна музична культура також відіграє дуже важливу роль у формуванні аналізованих мовних одиниць. Молодіжний інтернет-сленг активно інтегрує лексику, пов'язану з музичною сферою, причому найчастотніші слова зазвичай мають широку синонімію. Музична культура впливає на мовні практики молоді, формуючи характерні для спільноти позначення жанрів, виконавців і релізів. Типовими англійськими сленгізмами є *banger* (яскравий, «вибуховий» трек), *drop* (момент кульмінації в електронній музиці або вихід нового треку), *playlist*, *EP/LP*, *stan* (прихильник, відданий фанат). Використання таких одиниць не лише виконує номінативну функцію, а й слугує показником належності до певної музичної спільноти, формуючи мовний код «своїх» [86; 88].

Показово, що значна частина англійських жаргонізмів стала настільки інтегрованою в сучасне мовлення, що їх розуміють навіть ті, хто ніколи не вивчав англійську чи інші іноземні мови. Такі одиниці, як *friend zone*, *friend-zone*, *loser*, *respect* функціонують у повсякденному дискурсі як маркери

емоційного ставлення [56, с. 115]. Хоча їхня основна функція є експресивною, вони також відіграють роль у конструюванні групової ідентичності, оскільки сигналізують обізнаність мовця із загальноповживаним глобальним сленгом та його культурними контекстами.

У межах різних молодіжних субкультур формуються власні лексичні системи, що виконують номінативну та ідентифікаційну функції. Так, у мотоспільнотах поширені такі англомовні сленгізми, як *chopper, Harley, ride*, а серед прихильників аніме-культури активно використовуються *otaku, manga, cosplay, kawai* [64, с. 110]. Використання подібних одиниць дозволяє учасникам спільноти позначити свою залученість до певного хобі чи культурного напрямку та вирізнити себе від інших груп.

Використання проаналізованих джерел дає змогу виокремити структуровану типологію молодіжного інтернет-сленгу, яка ґрунтується на соціальних спільнотах, у межах яких цей сленг виникає та поширюється. У найзагальнішому вигляді його різновиди співвідносять із певними соціальними групами, що формують власні мовні практики та комунікативні норми. Відповідно виділяють такі різновиди: шкільний, студентський, мережевий, геймерський, хакерський та субкультурний. Кожен із них формує специфічний набір лексичних одиниць і характеризується власними мовними особливостями.

Шкільний сленг охоплює слова й вирази, пов'язані з навчальним процесом та дозвіллям школярів. У сучасних умовах він активно поповнюється англомовними інтернет-одиницями, такими як *cringe, spam, AFK, DM, chat*, що засвоюються через соціальні мережі та цифрові платформи [86].

Ще однією соціальною спільнотою постає студентство. Студентський сленг складається переважно з лексем, що відображають універсальні реалії студентського життя (*deadline, prof, session, retake*) та спеціально-орієнтовані слова, пов'язані з профілем навчання: у технічних спеціальностях – *calc, lab, debug*; у гуманітарних – *classic, ling, oral exam* [88].

Сленг соціальних мереж базується переважно на англіцизмах або словотворчих перетвореннях загальноживаних слів: *post, like, follow, unfollow, tag, meme*. Ця лексика зазвичай стосується дозвілля, комунікації та онлайн-активності й відзначається семантичною специфічністю.

Геймерський сленг залежить від жанру гри та її механік. Найпоширеніші одиниці – *noob, pro, lag, spawn, loot, camp, rank* – функціонують як терміни для позначення явищ і процесів ігрового середовища [88].

Хакерський та програмістський сленг відзначається високою продуктивністю, а його одиниці часто переходять до загальної мови. До найпоширеніших належать *bug, crash, update, driver, code, debug, hack, phishing* [88].

Субкультурний сленг поширений у різних молодіжних групах, сформованих за інтересами (фанати аніме, кіномани, косплеєри тощо). Типовими одиницями є *spoiler, cosplay, fandom, stan, aesthetic* [88].

Деякі молодіжні сленгізми активно трапляються у ЗМІ та масовій комунікації: *bullying, vibe, workout, donate, drop, ignore, crush, location, prank, toxic, hype, hate, troll, top*. Ці одиниці широко розповсюджені й часто використовуються у цифрових комунікаціях різного типу [88].

Сленгізована студентська мова є одним із засобів самовираження та демонстрації інтелектуальної і мовної обізнаності, а також інструментом внутрішньої комунікації студентського середовища. Використання сленгу як своєрідного «кодового» різновиду мовлення часто виконує функцію приховування змісту висловлювання від викладачів, батьків чи представників інших соціальних груп. Типовими для студентської взаємодії є такі англійські одиниці, як *deadline, assignment, prof, drop a class, binge-study*, що утворюють характерний лексичний шар академічного цифрового спілкування.

Кожен різновид молодіжного сленгу не є замкненою системою: між ними спостерігається активне взаємопроникнення лексичних елементів.

Загальномолодіжний сленг функціонує у всіх молодіжних спільнотах і складається зі слів, не пов'язаних із навчанням, професійною діяльністю чи службою. Його основу становлять експресивні еквіваленти розмовної лексики, зокрема *dude* - *хлопець*, *cash* - *готівка*, *drip* - *стильний одяг*, *cringe* - *соромна ситуація*, *bait* - *провокація*, *fit* - *лук, образ* [84].

Проведений аналіз засвідчує, що інтернет-сленг виконує одну з провідних соціолінгвістичних функцій – формування групової ідентичності та підтримання внутрішньої згуртованості онлайн-спільнот. Сленгові одиниці, що поширюються через цифрові платформи, стають маркерами належності до певної групи, індикаторами спільного досвіду, цінностей та комунікативних норм. Завдяки своїй експресивності, інноваційності та мобільності інтернет-сленг створює для молоді ідентифікаційний простір, у межах якого відбувається самопрезентація й соціальне позиціонування.

Формування інтернет-сленгу зумовлюється низкою чинників: динамікою вебкомунікації, розвитком цифрових технологій, активним впливом масової та субкультурної музичної продукції, а також функціонуванням молодіжних субкультур. У кожній із цих сфер виникають власні мікролінгвальні системи, які одночасно відрізняються між собою та взаємодіють, забезпечуючи постійний обмін мовними інноваціями. Важливо, що інтернет-сленг виходить за межі первинних групових контекстів і поступово інтегрується у ширший соціальний простір, змінюючи загальний характер молодіжної комунікації.

Отже, інтернет-сленг не лише відображає соціальні та культурні процеси сучасної молодіжної спільноти, а й активно впливає на їх формування. Він є одним з ключових інструментів соціальної навігації в цифрову епоху, забезпечуючи мовцям можливість окреслювати межі власної групової належності, підкреслювати індивідуальність і водночас підтримувати відчуття приналежності до ширших мережевих об'єднань.

### 3.2. Функції інтернет-сленгу

Молоді люди є одним із найдинамічніших і найактивніших соціальних прошарків, а характер їхнього повсякденного життя відзначається високим темпом та інтенсивністю комунікації. За таких умов природним стає прагнення до лаконічності та оперативності мовлення. Інтернет-сленг суттєво сприяє цьому процесу, адже забезпечує економію мовних засобів та скорочення часу на формулювання повідомлення.

Характерним прикладом є широко вживане серед англomовної молоді слово *go*, яке функціонує як універсальний заклик або пропозиція до дії: «*Go movies?*», «*Go eat?*» тощо. У порівнянні зі стандартними конструкціями («*Shall we go to the cinema?*»), сленговий варіант є значно коротшим і більш придатним для швидкої цифрової комунікації. Подібні одиниці – *brb - be right back*), *idk - I don't know*, *imo - in my opinion*, *lol - laughing out loud* – істотно прискорюють обмін повідомленнями та відповідають комунікативним потребам молоді [88].

Оскільки сленг є одним із лексичних засобів і допомагає у міжособистісному спілкуванні, можна виділити його комунікативну функцію. За допомогою сленгу мовець висловлює свої думки та передає будь-яку інформацію, а реципієнт сприймає цю саму інформацію, реагує на неї, при цьому змінюючи свій світогляд. Ця функція працює, оскільки сленг – це система символів, а знаки необхідні для передачі інформації між людьми.

Номінативна (як доповнювальна до комунікативної) функція полягає у позначенні специфічних явищ, пов'язаних із певними сферами цифрової культури, а також понять, для яких існують відповідники у стандартній мові, але які потребують уточнення або семантичної специфікації. У першому випадку сленгові одиниці заповнюють термінологічні лакуни, називаючи нові реалії інтернет-середовища: *meme*, *hashtag*, *unfriend*, *influencer*, *stream*, *DM*. У другому – вони пропонують альтернативні, більш точні або емоційно

насичені назви вже відомим явищам: *troll* - провокатор, *cringe* - соромна ситуація, *flex* - демонстрація успіху, *ghosting* - ігнорування контактів [85; 88].

У результаті відбувається звуження та специфікація значення, що відображає особливості досвіду носіїв відповідного сленгу. Номінація у сленгу нерідко переплітається з експресивною, світоглядною та оцінно-емоційною функціями, оскільки вторинні найменування часто виникають у межах певних субкультур, які мають власні ціннісні орієнтири. Лексеми цього типу здатні репрезентувати погляди спільноти, її реакції та оцінки, часом навіть такі, що суперечать нормам традиційного суспільства.

Сленгізми мають також номінативну (називну) функцію, оскільки вони позначають специфічні явища, властиві цій соціальній групі, і навіть поняття, які вже існують у літературному мові. У першому випадку відбувається заповнення термінологічних прогалів (лаун), тоді як у другому – сленгова лексика передає специфіку вже існуючого явища у діяльності чи свідомості носіїв певного сленгу. Найчастіше відбувається звуження та конкретизація поняття, його специфікація. «При номінації слів, для яких вже існують слова, що широко вживаються, номінативна функція тісно переплітається з іншими функціями сленгу, такими як експресивна, світоглядна та функція вираження відтінку емоцій. Це пов'язано з тим, що часто такі вторинні номінації виникають, коли у традиційному суспільстві та субкультурі носіїв певного соціального сленгу існують різні ціннісні установки» [21, с. 105].

Когнітивна та комунікативна функції сленгу пов'язані між собою. Лексичні номінативні одиниці, які не мають еквівалента в стандартній літературній мові, володіють високою комунікативною значущістю, оскільки вони спрощують процес комунікації. Так, наприклад, для опису багатьох лексичних одиниць словами стандартної мови доводиться використовувати розгорнуті визначення, тоді як сленг економить час. Саме тому багато дослідників виділяють функцію економії часу як одну з ключових функцій сленгу, особливо молодіжного, адже молодь завжди поспішає.

Когнітивна функція сленгової лексики полягає в тому, що більшість сленгових одиниць і виразів несуть у собі додаткову інформацію, яка відсутня в стандартних, загальноприйнятих аналогічних поняттях, тим самим відображаючи додаткові знання про навколишній світ. При цьому когнітивність сленгових найменувань часто визначається дуже високим ступенем метафоричності. Саме тому когнітивна, або пізнавальна функція широко реалізується в молодіжному сленгу. Ця функція проявляється в тому, що багато сленгових виразів, крім передачі інформації, несуть у собі будь-яку додаткову інформацію, яка відсутня у стандартних позначеннях, через це відбувається репрезентація нових знань про навколишнє середовище.

Когнітивна функція інтернет-сленгу полягає в тому, що значна частина сленгових одиниць містить додаткові, специфічні значення, відсутні у стандартних лексичних одиницях, і завдяки цьому здатні точніше описувати явища цифрової реальності. Такі одиниці відображають нові форми соціальної поведінки, комунікативні стратегії та культурні сценарії, що виникають в онлайн-середовищі. Наприклад, *ghosting*, *doomscrolling*, *lurker*, *ratio*, *shadowban* позначають феномени, які важко передати за допомогою традиційних слів, оскільки вони є унікальними продуктами цифрової комунікації.

Когнітивна функція також охоплює номінативні одиниці, що мають формальні відповідники в стандартній мові, але слугують більш зручними та точними засобами в онлайн-взаємодії: *DM* - *direct message*, *AFK* - *away from keyboard*, *IRL* - *in real life*, *OG* - *original* = *перший автор/учасник*. Завдяки своїй компактності й семантичній точності такі одиниці мають високу комунікативну значущість і формують специфічний фрагмент мовної картини світу цифрової епохи.

Експресивна функція дозволяє мовцям передавати широкий спектр емоційних реакцій та оцінок шляхом використання коротких, насичених та стилістично маркованих слів. Такі сленгізми, як *lol*, *lmao*, *yikes*, *slay*, *cringe*, *aww*, надають висловлюванню емоційної виразності, яка компенсує

відсутність невербальних засобів у цифровій комунікації. Експресивність інтернет-сленгу сприяє більш живому, природному й динамічному спілкуванню, створюючи ефект безпосередності та швидкої емоційної реакції. Ідентифікаційна функція інтернет-сленгу полягає у здатності мовних одиниць сигналізувати про належність мовця до певної онлайн-спільноти або культурного середовища. Розуміння та активне використання таких лексем, як *noob, gamer, stan, ship, simp, main, OTP*, відображає рівень компетентності користувача в конкретному дискурсивному просторі – геймерському, фанатському чи соціально-мережевому. Таким чином, інтернет-сленг виконує роль «маркера доступу», що дозволяє розпізнати учасників певної групи та відрізнити їх від зовнішніх спостерігачів.

Експресивна функція інтернет-сленгу реалізується насамперед на лексичному рівні й охоплює використання таких мовних засобів:

- прикметники зі значенням «круто, ефектно», характерні для молодіжного онлайн-середовища: *lit, fire, dope, based, valid*;
- вигуки-сленгізми, що виражають подив, захват або емоційний шок: *omg, lmao, frfr, bruh, yoink*;
- словосполучення з інтернет-сленговими елементами, які позначають хвилювання або паніку: *I'm low-key freaking out, high-key stressed, big yikes*;
- підсилювальні форми та модифіковані сленгові прикметники, що додають висловлюванню інтенсивності: *mega cringe, hella weird, super sus, mad cute*;
- іменники-сленгізми зі значенням «нісенітниця, марнота, шлак»: *BS, trash, dumpster fire, hot mess*;
- вульгаризми онлайн-комунікації, що виконують функцію емоційного вибуху або знецінення: *WTF, crapfest, shitshow*;
- прикметники-сленгізми, що позначають розчарування або негативну оцінку: *lame, mid, bogus, whack* [88].

У цифровій комунікації, яка характеризується високою швидкістю та

інтенсивністю обміну інформацією, інтернет-сленг також виконує важливу функцію економії часу. Використання аббревіатур, усічень та скорочень значно зменшує обсяг повідомлення без втрати змісту. Наприклад, *brb - be right back, idk - I don't know, tbh - to be honest, btw - by the way, omw - on my way* та інші дозволяють передати складніші смисли кількома символами [88]. Завдяки цьому комунікація стає оперативною, гнучкою та пристосованою до темпу сучасного цифрового життя.

Реалізація функції економії часу в інтернет-сленгу забезпечується використанням низки мовних засобів, спрямованих на максимальне скорочення мовленнєвих зусиль та оптимізацію комунікації в цифровому середовищі. Найпоширенішими з них є:

– Скорочення одиниць літературної мови, що дозволяють передати складніші фрази мінімальною кількістю символів. Типовими інтернет-сленгізмами є: *brb - be right back, idk - I don't know, tbh - to be honest, btw - by the way, omw on my way, imo / imho - in my opinion / in my humble opinion, rn - right now, pls / plz – please* [88]. Такі скорочення економлять час, прискорюють реакцію співрозмовника та є ключовим елементом темпоральної оптимізації цифрової комунікації.

– Скорочення назв національностей та груп людей, які згодом стали повноцінними сленгізмами: *Brit - British person, Aussie - Australian, AmE - American English, Desi - людина південноазійського походження, Scandi - людина зі Скандинавії* [84]. Такі одиниці не лише економлять мовний простір, а й стали звичними маркерами розмовної онлайн-комунікації.

Одним із важливих різновидів експресивності є гумористична експресивність, яка реалізується через використання слів із жартівливим, іронічним або навіть абсурдним значенням. Типовими англійськими сленгізмами цього типу є: *yeet - вигук емоційного піднесення або жартівливого «відкидання» чогось, boomer - іронічне позначення старшої людини з консервативними поглядами, clown / clowning - поведінка, що виглядає*

смійною або безглуздою, *loool* - гіперболізований сміх, *big yikes* - гумористичне передавання ніяковості чи сорому [88].

Гумор у сленговому мовленні виконує кілька функцій: привертає увагу співрозмовника, пом'якшує критичні висловлювання, створює дружню атмосферу спілкування та допомагає приховати негативні емоції, такі як смуток або напруженість.

Поширеним проявом експресивної функції є також емоційно-оцінна функція, що полягає у переданні мовцем власної оцінки об'єкта або ситуації. Для цього активно використовуються такі сленгізми, як: *fire* - щось дуже добре, *mid* - посереднє, розчаровуюче, *trash* - щось погане або неякісне, *slay* - яскравий успіх, ефектність, *cringe* - соромна, незручна ситуація, *W / L* - перемога / поразка [86].

Таким чином, експресивна функція є центральною для інтернет-сленгу, оскільки забезпечує передачу складних емоцій, суб'єктивних оцінок і гумористичних відтінків, що робить цифрове мовлення більш живим, індивідуалізованим і комунікативно ефективним.

Дійсно, часто сленгізми відбивають ціннісні установки носіїв мови, зокрема, які можна протиставити традиційному суспільству (сленг злочинців, наркоманів, хіпі тощо), цим виявляючи свою світоглядну функцію. Сленг дозволяє молоді виражати свою індивідуальність, формувати групову ідентичність та відображати сучасні тенденції та ідеї. Він є не лише мовним явищем, але й важливим засобом самовираження та соціальної комунікації для молодого покоління.

Функція творчого самовираження є однією з головних функцій у молодіжному сленгу, оскільки саме молодому поколінню притаманне нестандартне мислення та прагнення використовувати лексику, яка відрізняється від літературного канону. Молодь винаходить нову лексику та використовує її у своїй мові. Це підтверджує художність сленгу. Завдяки цій функції носій мови може винаходити нову лексику для окремих груп людей: наприклад комп'ютерний сленг, сленг геймерів і так далі. Більшою мірою при

створенні нового сленгу лежить успішно підібране дотепне порівняння. Прагнення і бажання виявити творчість виявляє у мові безліч сленгових висловлювань, які виступають синонімами. Однак у мові залишаються лише найдотепніші слова та висловлювання. Це пояснює швидку змінність і нестійкість багатьох сленгових слів.

Наступною важливою функцією інтернет-сленгу є езотерична функція, яку в сучасній лінгвістиці розуміють як здатність сленгової лексики створювати закритий, групово обмежений комунікативний код. На відміну від літературної мови, що має відкритий і загальнодоступний характер, сленг функціонує переважно всередині певної спільноти та нерідко є незрозумілим для зовнішніх учасників комунікації. Саме тому езотерична функція особливо яскраво реалізується у молодіжному та інтернет-сленгу, де швидкість оновлення лексики та її семантична непрозорість підсилюють ефект «втаємниченості».

Езотерична функція тісно пов'язана зі світоглядною, оскільки сленгові одиниці не лише виконують роль коду, але й репрезентують цінності, погляди та комунікативні норми групи. Такі лексеми часто слугують індикаторами внутрішньої солідарності і водночас демонструють дистанцію та критичне ставлення до «чужих». Це підтверджується наявністю пейоративних сленгових виразів, зокрема: *noob* - недосвідчений новачок, *cringe* - той, хто викликає сильний сором, *weirdo* - дивак, *try-hard* - той, хто занадто старається і це виглядає комічно, *simp* - людина, яка надмірно догоджає комусь [85]. Ці одиниці часто вживаються щодо осіб, які з різних причин не можуть бути інтегровані у групу або відхиляються від її норм.

Важливим механізмом реалізації езотеричної функції є позагруповий комфортизм, коли сленг використовується для приховування намірів чи змісту повідомлення від сторонніх. У таких випадках мовець свідомо уникає нейтральних слів і вдається до сленгових позначень, зрозумілих лише обмеженому колу. Наприклад: *OP* - *overpowered* (занадто сильний персонаж), *nerf* - ослабити можливості персонажа чи предмета, *loot* - ігрові

*предмети, ratio* - масове несхвалення у соцмережах, *sus* - підозрілий, від *suspicious* [88]. Такі одиниці поза групою нерідко є непрозорими або викликають помилкові інтерпретації.

Зазвичай езотеричний сленг функціонує виключно всередині спільноти, тоді як у зовнішньому спілкуванні її учасники користуються нейтральною літературною мовою. Таким чином, езотерична функція забезпечує підтримання комунікативних меж, захищає внутрішні значення групи від стороннього доступу та формує особливий канал взаєморозуміння між її членами.

Інтернет-сленг виконує комплекс взаємопов'язаних функцій, що відображають потреби сучасної цифрової комунікації. Передусім він забезпечує оперативність обміну інформацією завдяки лаконічності, скороченням і зручності використання. У середовищі, де повідомлення генеруються та сприймаються у високому темпі, такі мовні форми значно оптимізують комунікацію, роблячи її швидкою, гнучкою та адаптованою до ритму повсякденного життя молоді. Одночасно інтернет-сленг виконує експресивну та оцінну функції, що дозволяють компенсувати нестачу невербальних засобів і передавати широкий спектр емоцій, від захвату й гумору до критики чи іронії.

Когнітивна й номінативна функції інтернет-сленгу забезпечують опис нових явищ цифрової реальності, для яких у стандартній мові або немає усталених відповідників, або вони є занадто громіздкими. Сленгові одиниці формують окремий пласт лексики, що відображає нові форми поведінки, соціальні практики та культурні моделі взаємодії в онлайн-середовищі. Унаслідок цього сленг не лише називає предмети й явища цифрового світу, а й створює додаткові смисли, репрезентує досвід користувачів та збагачує їхню мовну картину світу. Когнітивність багатьох слів підсилюється їх метафоричністю, здатністю вмещувати додаткову інформацію та вказувати на нові соціальні феномени.

Ідентифікаційна, езотерична та функція творчого самовираження

підкреслюють соціальну природу інтернет-сленгу. Він виступає «кодом доступу» до певної спільноти, маркером групової належності та засобом окреслення межі між «своїми» та «чужими». Езотеричний характер багатьох слів і висловів створює ефект втаємниченості, а їх використання сприяє формуванню особливого комунікативного простору, зрозумілого лише членам певної групи. Водночас сленг відкриває широкі можливості для мовної творчості: молодь активно генерує нові слова, відбирає найвдаліші та вбудовує їх у комунікацію, що зумовлює динамічність і швидку змінність цього лексичного шару. Таким чином, інтернет-сленг є не лише лінгвістичним явищем, а й важливим інструментом соціальної взаємодії, самовираження та конструювання ідентичності у цифрову добу.

## ВИСНОВКИ

У ході дослідження англomовний інтернет-сленг було всебічно осмислено як складне, динамічне та багаторівневе лінгвальне явище, що формується й функціонує в умовах цифрової комунікації. Розв'язання поставлених завдань забезпечило цілісне розуміння структурно-семантичних і функційно-комунікативних параметрів інтернет-сленгу та дало змогу встановити закономірності його творення й функціонування в сучасному інтернет-дискурсі.

Охарактеризовано поняття сленгу та визначено його місце в мовній системі. Сленг постає як варіативний пласт нелітературної лексики, що функціонує на периферії мовної норми, але водночас активно впливає на розвиток мови. Йому властиві експресивність, соціальна маркованість, ситуативність та ідентифікаційна функція. Інтернет-сленг розглянуто як продовження загального сленгового розвитку, який особливо інтенсивно проявляється у молодіжних та цифрових середовищах, де комунікація характеризується неформальністю, спонтанністю й активним переосмисленням мовних ресурсів.

Досліджено Інтернет як середовище формування мовних інновацій. Цифровий простір створює умови для надзвичайно швидкого поширення лексичних новацій і стимулює формування нових комунікативних моделей. Мультиmodalність, висока динаміка, відсутність строгих нормативних обмежень та масовість онлайн-взаємодій сприяють активному мовотворенню. Інтернет доведено як каталізатор нових мовних форм, які стрімко переходять від індивідуальної творчості до загальноновживаних мовних практик.

Описано особливості інтернет-дискурсу та лінгвальні характеристики цифрової комунікації. Інтернет-дискурс поєднує риси усного й писемного мовлення, характеризується фрагментарністю, стислістю, емоційністю, графічною варіативністю та жанровою гнучкістю. У роботі з'ясовано, що саме специфіка інтернет-комунікацій – швидкість, націленість на економію мовних

засобів, багатоканальність та ігрова природа – формують середовище, сприятливе для появи та поширення інтернет-сленгу.

Проведене дослідження та узагальнення наукових підходів дозволили розглядати інтернет-сленг як цілісну мовну підсистему зі своїми структурними, семантичними й функційними характеристиками. Різні групи одиниць класифіковано за походженням, словотворчими моделями, комунікативним призначенням та сферою використання. Така систематизація дала змогу окреслити внутрішню організацію інтернет-сленгового фонду та визначити провідні тенденції його розвитку.

Проаналізовано способи творення та семантичні трансформації інтернет-сленгових одиниць. Виявлено, що лексичний склад інтернет-сленгу формується переважно шляхом абрєвіації, усічення, телескопії, графічних модифікацій, словоскладання та конверсії. Семантичний аналіз засвідчив поширеність процесів метафоризації, переосмислення, звуження та розширення значення, семантичного знебарвлення і зміни конотації. Гнучкість семантики інтернет-сленгу обумовлює його високу адаптивність до нових комунікативних потреб цифрового середовища.

Виявлено специфіку англійських запозичень та їх адаптації в українськомовному інтернет-слензі. Доведено, що запозичення становлять важливий шар інтернет-сленгу, формуючись під впливом глобальних культурних трендів, геймерської культури, фанатських спільнот та мемного дискурсу. Запозичені одиниці проходять процес фонетичної, графічної та семантичної адаптації, нерідко змінюють свої функції й набувають нових змістових відтінків. Високі темпи адаптації підтверджують інноваційність та мобільність інтернет-сленгової лексики.

Встановлено прояви багатозначності та полісемії інтернет-сленгових одиниць. З'ясовано, що багатозначність інтернет-сленгу формується завдяки контекстуальній варіативності, широкій жанровій представленості та швидкому поширенню мемних інтерпретацій. Полісемічні одиниці здатні

функціонувати з різними смисловими відтінками в межах різних спільнот, що підвищує їх експресивність та комунікативну цінність.

Інтернет-сленг виступає як потужний засіб групової ідентифікації. Показано, що інтернет-сленг структурує соціальні межі онлайн-спільнот та виконує роль маркера належності. Використання характерних сленгових одиниць створює спільний комунікативний простір, формує почуття «своїх» та підтримує внутрішню солідарність групи. Така функція особливо помітна в геймерських, фанатських і субкультурних спільнотах.

Охарактеризовано функції інтернет-сленгу в онлайн-спілкуванні. Доведено, що інтернет-сленг виконує експресивну, емотивну, ідентифікаційну, когнітивну, комунікативну, фатичну та езотеричну функції. Він забезпечує лаконічність, швидкість, інтенсивність і емоційність комунікації, віддзеркалює соціальні та психологічні потреби мовців і створює ефект природності та невимушеності цифрової взаємодії.

## SUMMARY

The present Master's thesis offers a comprehensive linguistic examination of English-language Internet slang as a distinct and dynamically evolving subsystem of contemporary vocabulary. Against the backdrop of rapid digitalisation and the transformation of communicative practices, online discourse has become one of the most productive environments for language innovation, lexical creativity and semantic change. Internet slang, understood as an informal, expressive and socially marked layer of vocabulary shaped within digital platforms, reflects the shifting communicative norms and sociocultural patterns of modern online communication. This study explores the structural, semantic and functional characteristics of Internet slang, paying particular attention to the mechanisms that underpin its formation, spread and pragmatic use across various digital environments.

The introduction to the thesis emphasises that Internet slang is not an isolated linguistic phenomenon but a product of broader sociolinguistic processes associated with multimodal, high-speed and interactive communication. Digital platforms such as social networks, microblogging services, comment sections, chats and multimedia sharing services provide unprecedented conditions for the emergence of new lexical units, the resemanticisation of existing ones, and the rapid transmission of innovations across linguistic communities. Internet slang also functions as a marker of group identity, supporting the formation of online communities through shared linguistic codes, values and practices. In this sense, it may serve simultaneously as a unifying and differentiating tool, signalling membership, social distance, playfulness, emotional attitude or pragmatic intention.

The thesis outlines the aim of conducting a multidimensional analysis of Internet slang through structural, semantic and functional lenses. The research examines the forms of slang creation, the mechanisms of semantic transformation, the processes of borrowing and adaptation, as well as the communicative roles

played by slang in online interaction. The study also addresses the significance of Internet discourse as a hybrid domain that incorporates features of both written and spoken communication, where immediacy, linguistic economy and expressive potential shape unique conditions for lexical development. A central premise of the work is that the evolution of slang on the Internet offers valuable insights into wider patterns of language change in the era of digital communication.

The findings obtained in the study confirm that Internet slang should be conceptualised as a multilayered linguistic phenomenon characterised by variability, innovation and a high degree of adaptability. The research provides a detailed analysis of the concept of slang and its position within the general language system, arguing that slang represents a socially marked, stylistically lowered yet widely recognisable component of non-standard vocabulary. Although it situates itself outside strict literary norms, it actively interacts with the standard language, contributing to lexical enrichment and demonstrating the dynamic interface between formal and informal registers.

A significant part of the study is dedicated to the examination of the Internet as an environment conducive to linguistic innovation. The online communicative sphere encourages creativity through its immediacy, the absence of rigid normative constraints, and the presence of diverse communicative genres. The thesis highlights that Internet discourse is marked by fragmentation, emotionality, multimodality and high interactivity. These characteristics facilitate the emergence of new lexical items, including playful modifications, unconventional spellings, abbreviations and expressive neologisms. The rapid dissemination of such items also reflects the collective nature of online linguistic creativity, where individual innovations may be instantly adopted and transformed by large groups of users.

One of the major contributions of the study lies in the systematic classification of the structural models through which Internet slang is created. The research identifies the productivity of abbreviation, clipping, compounding, affixation, creative misspellings (so-called eye dialects or deliberate orthographic distortions) and neologisation. Each of these processes responds to specific

communicative needs, such as the demand for speed, expressiveness, humour, identity signalling or textual economy. Importantly, many slang formations demonstrate a tendency toward semantic transparency, enabling efficient communication within digital spaces even in the absence of shared contextual knowledge.

The thesis further analyses the semantic transformations that characterise contemporary Internet slang. The mechanisms of broadening, narrowing, metaphorisation, semantic bleaching and shifts in evaluative connotation are shown to play crucial roles in shaping the meanings of slang units. These transformations often arise from repeated usage in specific communicative contexts, the influence of memes and visual culture, and the hybrid interaction between verbal and non-verbal elements within digital environments. The study demonstrates that the semantic flexibility of Internet slang not only contributes to its expressiveness but also accounts for its rapid obsolescence and continuous renewal.

Another essential component of the research concerns foreign borrowings and their adaptation in English-language online slang. The findings indicate that borrowings – often originating from gaming, fan communities, East Asian cultures, or global youth vernaculars – undergo phonetic, orthographic and semantic integration before becoming widespread. This phenomenon illustrates the transnational nature of digital communication, where linguistic boundaries are permeable, and online communities collectively shape hybrid linguistic repertoires. Borrowing not only expands the lexical inventory of Internet slang but also contributes to its cultural hybridisation and its ability to transcend geographical limitations.

The study also highlights the role of polysemy in the functioning of Internet slang. Many slang units develop complex, layered meanings conditioned by diverse usage contexts, intertextual references and shifts in platform-specific conventions. Polysemy dramatically increases the communicative versatility of slang, allowing users to evoke nuanced emotional, humorous or ironic meanings

with minimal linguistic effort. The inherently playful and interpretative nature of polysemous slang forms reinforces their suitability for digital communication, where brevity and expressivity often outweigh formal precision.

In the functional dimension, the thesis demonstrates that Internet slang serves multiple communicative purposes. It is an instrument of expressivity and emotionality, a marker of informal tone, a means of establishing group identity and solidarity, and a vehicle for social evaluation or distancing. It also fulfils the phatic function by facilitating casual interaction, maintaining conversational flow and creating a sense of immediacy. Moreover, slang enhances the ludic aspect of online communication, contributing to humour, wordplay and performative creativity. These functional properties explain why slang is so deeply embedded in the everyday linguistic practices of digital users and why its presence is essential for understanding contemporary modes of interaction.

The conclusions of the thesis underscore that Internet slang should be regarded as a living, evolving linguistic system that mirrors broader societal and technological transformations. Its development is tightly connected to the dynamics of online platforms, the emergence of new genres and formats of communication, and the changing needs of users who navigate digital spaces. As a linguistic phenomenon, Internet slang challenges conventional notions of normativity, stability and codification. Instead, it foregrounds fluidity, creativity, user-driven evolution and the capacity of language to adapt to new communicative realities.

Internet slang not only influences informal discourse but increasingly penetrates journalism, advertising, creative industries and everyday speech, demonstrating its expanding sociolinguistic significance. The thesis also highlights the growing need to include the analysis of Internet slang in the study of modern lexicology, sociolinguistics, media linguistics and translation studies. Understanding its mechanisms enriches theoretical linguistic knowledge and offers practical benefits for teachers, translators, journalists and communication specialists who operate within multilingual and multimodal digital environments.

In summary, the research provides a holistic understanding of Internet slang as a structurally, semantically and pragmatically complex subsystem that plays a vital role in shaping contemporary digital communication. By identifying the mechanisms of its formation, the patterns of its semantic evolution, and the communicative functions it fulfils, the thesis contributes to a broader comprehension of how language changes under the influence of digital technologies. Internet slang, as demonstrated, is not merely a peripheral or ephemeral linguistic phenomenon but a significant indicator of linguistic innovation, social identity construction and cultural interaction in today's globalised digital world.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Ажнюк Б. М. Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації // Мовознавство. 2001. № 3. С. 48-54.
2. Антошкіна Л., Красовська Г., Сигеда П., Сухомлинов О. Соціолінгвістика: навчальний посібник. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток Лтд», 2007. 360 с.
3. Архипенко Л. М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця ХХ - початку ХХІ ст.) : Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. Х., 2005. 20 с.
4. Атаманчук К. М. Молодіжний сленг у соціальних мережах // Eurasianscientific discussions. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference. Barcelona: Barca Academy Publishing, 2022. P. 210–215.
5. Бабич Н. Причини, наслідки і «перспективи» вульгаризації сучасного мовлення // Мова і суспільство: зб. наук. пр. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2010. Вип. 1. С. 141–148.
6. Балабін В. В. Сучасний сленг як проблема перекладу. Київ: Логос, 2002. 315 с.
7. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: ВЦ «Академія», 2014. 344 с.
8. Білецька О. О. Стан і тенденції мовної субкультури сучасної молоді України. Київ: КНУКіМ, 2016. 187 с.
9. Божко Я. Ю. Соціолінгвістичний аспект сленгової лексики американського варіанту англійської мови. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2017. 192 с.
10. Бойко М. Ю., Ставицька Л. О. Про історію дослідження арго, жаргону та сленгу // Система і структура східнослов'янських мов. 2014. Вип. 7. С. 33–41.
11. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика. Ніжин: ТОВ

«Аспект-Поліграф», 2005. 552 с.

12. Борис Д. П. Суфіксація у сленгу англійської мови ХХІ століття з погляду дериваційної семантики // Нова філологія. 2021. Вип. 84. С. 38–43. DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-84-5>.

13. Бороденко Л. Проблема запозичень у сучасній українській мові // Лінгвістичні студії: зб. наук. пр. Донецьк: ДонНУ, 2009. Вип. 19. С. 115–119.

14. Бровко К. А. Теоретико-практичні засади утворення англійського мережевого сленгу // Актуальні питання гуманітарних наук. 2023. Вип. 65. С. 128–133.

15. Бузько С. А. Функціонально-прагматичний потенціал нелітературної лексики в художніх постмодерністських текстах // Мова і культура. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2009. С. 70–75.

16. Василенко Ю. А. Сучасний український молодіжний сленг // Українська мова. 2009. № 6. С. 1-8.

17. Велика А. М., Мудрик Д. П., Лосева І. В. Вплив технологій на еволюцію англійської мови: аналіз використання сленгу та аббревіцій у текстових повідомленнях // Вісник науки та освіти. 2023. Вип. 18. С. 68–79. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-12\(18\)-68-79](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-12(18)-68-79).

18. Венідіктов С. В. Молодіжний сленг як результат медіаспоживання // Обрії друкарства. 2022. № 1 (11). С. 6–16.

19. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Вінниця: Нова книга, 2003. 208 с.

20. Воскресенська А. А. Вплив англіцизмів на сучасний український молодіжний сленг. URL: [http://www.nauka.com/33\\_DWS\\_2010/Philologia/74411.doc.htm](http://www.nauka.com/33_DWS_2010/Philologia/74411.doc.htm) (дата звернення: 17.10.2025).

21. Врублевська Г. Й. Лінгвокреативні процеси формування молодіжного сленгу. URL: <http://studentam.net.ua/content/view/8350/97/> (дата звернення: 14.10.2025).

22. Гаврилюк Я. А. Сучасний сленг: типи та способи перекладу.

Хмельницький, 2020. С. 8-9

23. Голубовська І. О. Мова соціальних мереж як новітній лінгвістичний феномен // Мовні і концептуальні картини світу. Київ, 2015. Вип. 55, ч. 2. С. 49–56.

24. Грабовий П. Дослідження українського молодіжного сленгу в аспекті мовної картини світу. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2009. Вип. 81 (3). С. 260–263.

25. Грабовий П. М. Український молодіжний сленг як лінгвокультурний феномен // Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. 2010. Вип. 11. С. 34–38.

26. Гудима Г. Б. Використання англіцизмів у інтернет-комунікації // Закарпатські філологічні студії. 2022. Т. 1. № 23. С. 107–112.

27. Дубенко Д. С., Данилюк І. Г. Вікові особливості вживання сленгізмів // Вісник студентського наукового товариства ДонНУ ім. В. Стуса. 2017. Т. 1. № 9. С. 34–39.

28. Загребнюк Ю. Етимологія сленгу в іноземній мові (англійській) // Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. Умань, 2019. Вип. 3. С. 69–75. DOI: <https://doi.org/10.31499/2307-4906.3.2019.190293>.

29. Кондратюк О. Молодіжний сленг як мовне явище // Незалежний культурологічний часопис «І». 2005. № 38. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n38texts/kondratyuk.htm> (дата звернення: 01.10.2025).

30. Котелевець К. В. Особливості антонімії в молодіжному сленгу. URL: <http://конференция.com.ua/pages/view/365> (дата звернення: 07.10.2025).

31. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. 3-тє вид. Київ: ВЦ «Академія», 2010. 464 с.

32. Кузенко Г. М. Мовні засоби вираження емотивності // Наукові записки НаУКМА. Т. 18: Філологічні науки. 2000. С. 76–83.

33. Кучеренко І. В. Використання сленгу в мовленні німецькомовних користувачів соціальної мережі Instagram // Науковий вісник ДДПУ імені І.

Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство). 2020. № 14. С. 116–120.

34. Лук'яненко С. С. Метаморфози у словотвірному значенні (на матеріалі соціально-політичних інновацій) // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10. 2008. Вип. 5. С. 249–254.

35. Маковецька-Гудзь Ю. А. Українська мова в соціальних мережах // Мовні і концептуальні картини світу. 2014. Вип. 47, ч. 1. С. 658–663.

36. Мартос С. А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? // Вивчаємо українську мову та літературу. 2004. № 11. С. 12–15.

37. Масенко Л. Т. Нариси з соціолінгвістики. Київ: Києво-Могилянська академія, 2010. 242 с.

38. Матвійчук М. І. Особливості комп'ютерного сленгу: вживання, формування, переклад // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. Серія «Філологія, педагогіка, психологія». 2011. Вип. 24. С. 97–101.

39. Мацюк Г. П. Сучасна соціолінгвістика: тенденції в розвитку теорії і завдання // Мова і суспільство. 2010. № 1. С. 5–20.

40. Медвідь О. М., Андріяш О. Г. Англійський сленг в українській мові // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2019. Вип. 30. № 4. С. 78–85. DOI: <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2019.4-2/16>.

41. Мірошник С. О. Лексичний склад та типологія сленгу: мовознавчий аспект // Науковий вісник ДДПУ ім. Івана Франка. Серія: Філологічні науки. 2019. № 12. С. 133–136.

42. Науменко Л. Функціонування молодіжного сленгу як реалії сьогодення // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія «Філологічні науки». 2013. Вип. 34. С. 227–230.

43. Нестеренко Ю. В. Молодіжний сленг як засіб вербалізації явищ буття англійців // Держава та регіони. Серія «Гуманітарні науки». 2016. Вип. 3–4. С. 44–47.

44. Олексієнко М. Історіографія полеміки навколо дефініції сленгу в

англiстици. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/5980/1/Oleksienko.pdf> (дата звернення: 01.10.2025).

45. Очеретний А. Б. Сучасний погляд на молодiжний сленг // Матерiали XLVI науково-технiчної конференцiї пiдроздiлiв ВНТУ (Вiнниця, 22–24 березня 2017 р.). URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/allhum/allhum-2017/paper/view/2268> (дата звернення: 17.10.2025).

46. Павельєва А. К., Сотнiченко I. В. Сленг свiту моди та модноi субкультури в англiйськiй мовi: проблема словотвору та перекладу // Вiсник Луганського нацiонального унiверситету iменi Тараса Шевченка. 2021. № 3 (341). С. 152–160.

47. Палагута I. Особливостi молодiжного сленгу в англiйськiй мовi // Науковi пошуки молодi у XXI столiттi. Бiла Церква, 2021. С. 2–8.

48. Панченко О. I. Лексико-семантична класифiкацiя англiйського молодiжного сленгу // Вченi записки ТНУ iм. В. I. Вернадського. Серiя: Фiлологiя. Журналістика. 2021. Т. 32 (71). № 2. Ч. 1. С. 190–194.

49. Пашинська Л. М. Особливостi творення й функцiонування неофразем у сучасному українському масмедiйному дискурсі // Вiсник КНЛУ. 2016. № 19. С. 95–101.

50. Поцулко О. А. Українськомовний комп'ютерний сленг як комунікативна девiацiя сучасноi молодi // Теорiя i практика сучасноi психологiї. 2017. № 1. С. 69–73.

51. Руденко М. Ю. Арго, жаргон i сленг у європейському й американському мовознавствi: iсторiя i сучасний стан дослiдження: дис. ... канд. фiлол. наук. Слов'янськ, 2019. 270 с.

52. Селiванова О. О. Лiнгвiстична енциклопедiя. Полтава: Довкiлля-К, 2010. 844 с.

53. Селiванова О. О. Сучасна лiнгвiстика: напрями та проблеми. Полтава: Довкiлля-К, 2008. 711 с.

54. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг. Київ: Критика, 2005. 462 с.

55. Тараненко О. Колоквіалізація, субстантизація та вульгаризація як характерні явища стилістики сучасної української мови (з кінця 1980-х рр.) // Мовознавство. 2002. № 4–5. С. 35.
56. Ткачівська М. Р. Молодіжний сленг і його класифікації // Одеський лінгвістичний вісник. 2015. № 6. Т. 2. С. 114–118.
57. Устінова О. О. Студентський сленг: соціолінгвістичний аспект. Острог, 2012. 76 с.
58. Хім'як В. М. Сленг як вияв мовотворчого потенціалу молоді // Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. 2010. Вип. 11. С. 212–219.
59. Чорна В. Л., Логінова О. В. Еволюція сленгу у сучасній англійській мові // Закарпатські філологічні студії. 2024. Вип. 36. С. 146–150. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.36.25>.
60. Чорній Р. П. Сленгізм як результат словотворення // Сучасні тенденції у сфері лінгвістики, мовної комунікації та методики викладання іноземних мов. Тернопіль, 2016. С. 118–119.
61. Чорнобай В. Г. Сленг, історія виникнення, визначення поняття // Науковий вісник НУБіП України. Серія: Філологічні науки. 2014. Вип. 206. С. 76–81.
62. Шапочка К. А. Загальний і спеціальний сленг у системі субстандартної лексики // Обрії сучасної лінгвістики. 2013. Вип. 4. С. 108–114.
63. Шліхтенко Ю., Колонюк С., Ваколук Т. Вплив масової культури та технологій на розвиток молодіжного сленгу в англійській мові // Молодий вчений. 2024. Вип. 6.1. С. 87–91. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-6.1-131.1-19>.
64. Шульжук Н. В. Сленг як нелітературний пласт сучасної української лексики // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. 2011. Вип. 21. С. 102–112.
65. Шумейко А. Сучасний український сленг: конотативний аналіз //

Дивослово. 2011. С. 31–34.

66. Щур І. І. Українськомовний комп'ютерний сленг: формування і функціонування: автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2006. 20 с.

67. Azimov Sh. The Impact of Social Media on Teenage English Slang // University Research Base. 2024. P. 86–93. URL: <https://scholar.kokanduni.uz/index.php/rb/article/view/293> (date of access: 22.09.2025).

68. Burke S., Snyder S. YouTube: An Innovative Resource for College Health Education Courses // International Electronic Journal of Health Education. 2008. P. 39–46.

69. Goroshko E. I. Internet Communication: The Genre Problem // Genres and Types of Text in the Scientific and Media Discourse. 2006. No 4. P. 165–175.

70. Eskasasnanda I. D. P. Causes and Effects of Online Video Game Playing among Junior Senior High School Students in Malang East Java // Komunitas. International Journal of Indonesian Society and Culture. 2017. P. 191–202.

71. Farmer J. S., Henley W. E. *Slang and Its Analogues, Past and Present*. London: Kraus Reprint Corporation, 1974. 381 p.

72. Khan M. From Slang to Standard: The Social Dynamics of Language Change // International Research Journal of Languages and Literatures. 2024. Vol. 5. No 8. DOI: <https://doi.org/10.37547/irjll.2024.112> (date of access: 22.09.2025).

73. Latif R. A., Aziz N. A., Jalil M. T. A. Impact of Online Games among Undergraduate Students // Proceedings of the 6th International Conference on Computing & Informatics. Kuala Lumpur, 2017. No 7 (28). P. 523–532.

74. Partridge E. *Slang To-day and Yesterday*. London: Routledge & K. Paul, 1970. 476 p.

#### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

75. Берест Р. В. Словник комп'ютерного сленгу: проблеми укладання та редакційної підготовки. 2017. 34 с.

76. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу. Харків: Фоліо, 2006. 350 с.
77. Пустовіт Л. О. Словник іншомовних слів. Київ: Довіра, 2000. 900 с.
78. Словник жаргонної лексики української мови. URL: <http://ukrzhargon.wikidot.com> (дата звернення: 01.10.2025).
79. Словник сучасного українського сленгу. URL: [https://slovyk.me/dict/slang\\_modern](https://slovyk.me/dict/slang_modern) (дата звернення: 21.09.2025).
80. Ставицька Л. О. Український жаргон : словник. Київ : Критика, 2005. 496 с.
81. Lighter J. E. Random House Historical Dictionary of American Slang. New York: Random House, 1994. Vol. 1. P. VI–XXXIX.
82. Longman Lexicon of Contemporary English. Harlow: Longman Group UK Ltd, 1995. 910 p.
83. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford: Oxford University Press, 1994. 1055 p.
84. Social Network: Facebook URL: <https://www.facebook.com> (дата звернення: 23.09.2025).
85. Social Network: Instagram. URL: <https://www.instagram.com> (дата звернення: 21.09.2025).
86. Social Network: TikTok. URL: <https://www.tiktok.com/en> (дата звернення: 20.09.2025).
87. Social Network: X (Twitter). URL: <https://x.com> (дата звернення: 24.10.2025).
88. Video Hosting Platform :YouTube. URL: <https://www.youtube.com> (дата звернення: 21.09.2025).

ДОДАТОК

Публікації за темою роботи

МІНІСТЕРСТВО  
ОСВІТИ І НАУКИ  
УКРАЇНИXVI ВСЕУКРАЇНСЬКА СТУДЕНТСЬКА  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

# ІНОЗЕМНІ МОВИ

У СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ

17-18 КВІТНЯ  
2025

- ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
- ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
- ХЕРСОНСЬКА ДЕРЖАВНА МОРСЬКА АКАДЕМІЯ
- ХЕРСОНСЬКИЙ МІСЬКИЙ ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ

ХЕРСОН-ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ 2025

УДК 81-1

ББК 81.2

И 67

**И 67 Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі: збірник наукових праць за матеріалами XVI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, Херсон, 17–18 квітня 2025 р. Херсон, Хмельницький: Херсонський національний технічний університет, 2025. 307 с. – Мови: укр., англ., нім.**

У збірнику представлені матеріали доповідей здобувачів на XVI Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі», яка проходила 17–18 квітня 2025 року на факультеті міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу ХНТУ.

У доповідях особлива увага приділяється питанням теорії і практики перекладу, проблемам розвитку та функціонування мовних систем, мовній картині світу в аспекті професійної комунікації.

## ЗМІСТ

<b>Секція 1. Проблеми розвитку та функціонування мовних систем</b>	<b>4</b>
<i>Беклемишева С. І., Кіщенко Ю. В., Херсонський державний університет</i> «СТИЛІСТИЧНИЙ ПРИЙОМ “ГРА СЛІВ” ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО НЕПОРОЗУМІННЯ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ СІТКОМІВ)»	<b>5</b>
<i>Будзе А. О., Цапів А. О., Херсонський державний університет</i> «МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛІЗМ ЯК КЛЮЧОВИЙ КОНЦЕПТ КАНАДСЬКОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРИ»	<b>7</b>
<i>Ватаманюк І. М., Кіщенко Ю. В., Херсонський державний університет</i> «МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ «МИР» В АНГЛІЙСЬКОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ (НА МАТЕРІАЛІ НОВИНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ В СУЧАСНИХ ЗМІ)»	<b>11</b>
<i>Веремієнко А. В., Баранова С. В., Сумський державний університет</i> «ВПЛИВ АНГЛІЦИЗМІВ НА УКРАЇНСЬКИЙ МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ»	<b>15</b>
<i>Греченок К. О., Гончаренко Н. В., Херсонський національний технічний університет</i> «АБРЕВІАТУРА ЯК ЛІНГВІСТИЧНА ОСОБЛИВІСТЬ ON-LINE СПІЛКУВАННЯ»	<b>16</b>
<i>Засаднюк Д. В., Байша К. М., Херсонський національний технічний університет</i> «ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ МОЛОДІЖНОГО СЕРЕДОВИЩА»	<b>20</b>
<i>Зеркаль А. В., Хавкіна О. М., Національний університет «Запорізька політехніка»</i> «СЕМАНТИЧНІ ЗМІНИ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ СЛЕНГІЗМІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ FACEBOOK, ТІКТОК ТА INSTAGRAM)»	<b>23</b>
<i>Ісаєнко А. О., Піскунов О. В., ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»</i> «ДЕЯКІ ЛІНГВО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОВІДОМЛЕНЬ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ FACEBOOK»	<b>26</b>
<i>Колосович В. С., Співаковська Є. О., Херсонський державний університет</i> «ГІПОТЕЗА САПІРА-ВОРФА: ЛІНГВІСТИЧНА ВІДНОСНІСТЬ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ»	<b>28</b>
<i>Корнєєва О. В., Гльїнська Н. І., Херсонський державний університет</i> «ДО ПИТАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РОМАНУ АЙРІС МЕРДОК “ЗАМОК НА ПІСКУ” У СУЧАСНОМУ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВІ»	<b>31</b>
<i>Кудишкіна В. В., Стеценко Н. М., Херсонський національний технічний університет</i> «ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТУ ДЕКЛАРАЦІЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ США»	<b>33</b>

**Література:**

1. Дзюбіна О. І. Особливості утворення та функціонування семантичних неологізмів англійської мови в сфері інтернет-комунікації. Записки з романо-германської філології. 2014. Вип. 2 (33). 17–23 с.
2. Кривенко Д. М. Інноваційні процеси у лексиці сучасної англійської мови. Філологія. 2018. 60 с.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.
4. Сеньків О.М., Летнянка О.І. Неологізми-скорочення в англомовних версіях міжнародних соцмереж. Молодий вчений. Філологічні науки. 2016. №6 (33). 380-384 с.
5. Cambridge Dictionary. Cambridge University Press, 2025. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення 15.02.2025)
6. Rey A. Semantics / A. Rey. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2001. 184 p.

Зеркаль А. В., здобувачка  
Хавкіна О. М., к. філол. н., доцентка  
Національний університет «Запорізька політехніка»

### СЕМАНТИЧНІ ЗМІНИ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ СЛЕНГІЗМІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ FACEBOOK, ТІКТОК ТА INSTAGRAM)

У сучасному цифровому середовищі соціальні мережі стали не лише платформами для комунікації, а й простором активного мовного розвитку. Однією з ключових тенденцій є поява та трансформація англійськомовного сленгу, який відображає соціокультурні зміни, розвиток технологій і нові форми онлайн-взаємодії. Особливо динамічні зміни відбуваються на таких популярних платформах як *Facebook*, *TikTok* та *Instagram*, де швидкість поширення контенту та вірусні тренди сприяють постійному оновленню мовних конструкцій та окремих лексичних одиниць, у тому числі сленгових.

Сленг, за О. Селівановою, – «нелітературна додаткова лексична система, яка представляє паралельну експресивно-оцінну, найчастіше стилістично знижену синонімію позначень загальновідомих понять і належить певній соціальній субкультурі; різновид соціолекту – соціально маркованої лексики певно суспільної групи (професійної, вікової й ін.) у межах національної мови» [1, с. 560]. Його популярність, зокрема сленгу соціальних мереж, може бути пояснена бажанням соціальної групи, що його використовує, ідентифікувати та виділяти себе із широкого загалу.

Будь-які сленгізми, у тому числі й соціальних мереж, характеризуються нетривкістю в часі, в результаті чого зазнають семантичних змін, які включають розширення, звуження значення, зміну конотації та метафоризацію слів.

Зауважимо, що соціальні мережі, такі як, скажімо, *Facebook*, *TikTok* та *Instagram* мають різну аудиторію, а, отже, відрізняються стилем комунікації, що впливає і на розвиток сленгу також. Так, *Facebook* орієнтований на довші пости та дискусії, тому тут популярні акроніми (наприклад, *ICYMI* – *In Case You Missed It*, *TL;DR* – *Too Long; Didn't Read*) та мемні вирази. *TikTok* є платформою коротких відео, що сприяє швидкому поширенню нових слів (наприклад, *delulu*, *rizz*, *slay*). На появу сленгу тут часто впливають відео-тренди та інфлюенсери. *Instagram* – візуальна платформа, де сленг часто використовується у хештегах та підписах (наприклад, *FOMO* – *Fear of Missing Out*, *#GRWM* – *Get Ready With Me*).

Італійські дослідники Нікколо Ді Марко (Niccol' o Di Marco), Едоардо Лору (Edoardo Loru), Аніта Бонетті (Anita Bonetti) та інші зазначають, що семантичні зміни в англomовному сленгу соціальних мереж можуть охоплювати різноманітні процеси трансформації значень слів, зумовлені впливом цифрового середовища, особливостями онлайн-комунікації та динамікою розвитку інтернет-дискурсу [2]. Нижче представлено семантичні зміни в англomовному сленгу соціальних мереж із прикладами.

Розширення значення (semantic broadening): слово отримує ширше використання. Наприклад, *Vibe* колись означало певний емоційний настрій або атмосферу, а тепер використовується для опису не лише атмосфери, але й людей, їхніх стилів або навіть дій. Контекст (TikTok, Instagram): **"She's such a vibe!"** – *Вона просто неперевершена!* [3; 5].

Звуження значення (semantic narrowing) відбувається тоді, коли слово набуває більш специфічного значення. Наприклад, *DM* (*Direct Message*) раніше означало будь-яке особисте повідомлення в Інтернеті. Сьогодні воно позначає особисте повідомлення в конкретному контексті соціальних мереж. Контекст (Facebook): **"Just DM me the details."** – *Просто напиши мені в особисті повідомлення* [4].

Зміна конотації (semantic shift): нейтральні або негативні слова набувають нового відтінку. Наприклад, *Karen* звичайне жіноче ім'я, яке використовують у соціальних мережах для позначення примхливих або надмірно вимогливих жінок. Контекст (TikTok): **"That lady yelling at the cashier is such a Karen."** – *Ця жінка, що кричить на касира, – справжня Karen* [3].

Переосмислення та метафоризація: деякі слова отримують нові метафоричні значення через їхнє використання в соцмережах. Наприклад,

*tea* («чай») стало означати «плітки, цікаву інформацію». В прямому, первинному значенні *cap* – «головний убір», а у соціальних мережах – «брехня», а *No Cap* – «правда». Контекст (TikTok, Instagram): "*Spill the tea!*" – Розкажи всі плітки!; "*That story is cap!*" – Ця історія – брехня! [3; 5].

Проведене дослідження демонструє, що сучасні соціальні мережі, зокрема *Facebook*, *TikTok* та *Instagram*, виступають як потужні платформи для появи англомовного сленгу, оскільки вони сприяють швидкому поширенню нових мовних явищ та закріпленню їх у повсякденному спілкуванні. Динамічний характер цих платформ дозволяє користувачам активно взаємодіяти, створювати та адаптувати нові слова і вирази відповідно до контексту спілкування, що відрізняє цифрове середовище від традиційних форм мовної еволюції.

*Facebook*, орієнтований на текстову комунікацію та спільноти за інтересами, сприяє закріпленню сленгових виразів через дописи, коментарі та меми, які можуть містити пояснення або розширені обговорення нових термінів. *TikTok*, як платформа коротких відео, використовує візуальні та аудіальні засоби для поширення сленгу, роблячи нові слова та вирази частиною вірусних трендів і культурних феноменів. *Instagram*, у свою чергу, через використання хештегів, підписів до фото та відео, а також сторіз, забезпечує сталість сленгу, дозволяючи йому органічно інтегруватися в цифровий дискурс.

Таким чином, соціальні мережі не лише відображають сучасні мовні тенденції, а й активно впливають на їхнє формування, прискорюючи процеси семантичних змін та створюючи умови для глобального поширення англомовного сленгу. У свою чергу, семантична еволюція сленгу в соціальних мережах свідчить про гнучкість і адаптивність англійської мови у відповідь на зміни цифрової культури. Різноманітність комунікативних форматів кожної з платформ сприяє появі унікальних мовних явищ, що відображають специфіку аудиторій і способів взаємодії користувачів.

#### **Література:**

1. Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля - К, 2006. 716 с.
2. Di Marco N., Loru E., Bonetti A., Serra A. O. G., Cinelli M., Quattrociochi W. The Evolution of Language in Social Media Comments. 2024. URL : <https://arxiv.org/abs/2406.11450>
3. TikTok : Social network. URL : <https://www.tiktok.com/en>
4. Facebook : Social network. URL : <https://www.facebook.com>
5. Instagram : Social network. URL : <https://www.instagram.com>