

Т. В. Василевська

Київський національний лінгвістичний університет, Україна
e-mail: tetiana.vasylevska@knlu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4293-3311>

А. М. Голінко

Київський національний лінгвістичний університет, Україна
e-mail: alina.holinko@knlu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9173-9286>

СОЦІОЛІНГВІСТИКА ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА: СЛЕНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК КАТАЛІЗАТОР ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Abstract

The article examines the sociolinguistic dynamics of digital communication within English-speaking social media environments. The research explores linguistic globalization, which is manifested through the variability in creating new lexemes and the formation of media-induced neologisms on such Internet platforms as Reddit, Facebook, Instagram, X, Threads, YouTube, and TikTok. By analyzing virtual discursive practices, the research highlights changes in technology-mediated communication. The aim of this research is to focus on the emergence of lexical innovations and their implications for slang lexicography, particularly within the context of English Internet discourse and linguistic creativity in the digital environment. The research methodology is based on a comprehensive lexical analysis of social media data, statistical portals, academic sources, and digital blogs. The study examines the role of Internet communication in fostering new lexical units, reconstructing their semantic structure and tracing their shift from secondary to primary nomination. Additionally, it explores the sociocultural adaptation of emerging vocabulary and the alternation of linguistic standards, reflected in society's tendency to use emphatic and expressive means. Furthermore, social media platforms have contributed to generational linguistic differentiation, where different generations exhibit distinct features in synchronous and asynchronous dialogues. The article also addresses pragmalinguistic aspects of slang and the multimodal communicative paradigm, which integrates textual, visual, and hypertextual components into modern digital discourse. The findings emphasize the influence of media on cognitive linguistics, sociocultural behavior patterns, and the evolution of global and local linguistic practices within the digital dimension. The study of neologisms in social networks can help in the development of effective language policy strategies, adaptation of educational programs and improvement of lexicographic resources.

Keywords: sociolinguistic dynamics, digital environment, Internet communication, Internet discourse, lexical innovations, linguistic variability, media-induced neologisms, multimodal communicative paradigm.

Анотація

У статті проаналізовано механізми творення неологізмів у соціальних мережах в англійському мовному середовищі в контексті мовної глобалізації та цифрової комунікації, що виявляється у варіативності нових лексем та формуванні медіаіндукованих неологізмів на інтернет-платформах (Reddit, Facebook, Instagram, X, Threads, YouTube та TikTok). Основну увагу приділено віртуальним дискурсивним практикам, які віддзеркалюють зміни в технологічно опосередкованій комунікації. Матеріалом дослідження слугували дані, отримані шляхом ретельного аналізу лексики соціальних мереж, статистичних порталів, академічних джерел і блогів. Описано, як інтернет-комунікація спричинила появу лексичних інновацій та вплинула на сленгову лексикуграфію, особливо в контексті англійського інтернет-дискурсу та мовної креативності в цифровому середовищі. На основі реконструкції семантичної структури новостворених лексичних одиниць та зміни їхньої

семантики з вторинної до первинної номінації було проаналізовано соціокультурну адаптацію лексики та зміну мовного стандарту, що виявляється в прагненні суспільства використовувати емфатичні й експресивні засоби. Соціальні мережі стимулювали генераційну лінгвістичну диференціацію, де різні покоління демонструють відмінності в синхронному та асинхронному діалозі. Окреслено також прагмалінгвістичні аспекти сленгу й мультимодальну комунікативну парадигму, яка поєднує текстуальні, візуальні й гіпертекстуальні компоненти в сучасному цифровому дискурсі. Підкреслено вплив медіа на когнітивну лінгвістику, соціокультурні моделі поведінки й розвиток глобальних і локальних мовних практик у цифровому вимірі. Вивчення неологізмів у соціальних мережах може допомогти в розробці ефективних стратегій мовної політики, адаптації освітніх програм і вдосконаленні лексикографічних ресурсів.

Ключові слова: соціолінгвістична динаміка, цифрове середовище, інтернет-комунікація, лексичні інновації, мовна варіативність, медіаіндуковані неологізми, мультимодальна комунікативна парадигма.

Вступ. Сучасний розвиток технологій комунікації та глобалізація створюють умови для формування нових мовних феноменів у соціокультурному просторі. Станом на початок 2023 року глобальна кількість інтернет-користувачів досягла 5,3 мільярда осіб, що становить 66 % світового населення (Elliot, 2023). Ця статистика є індикатором цифрової інтеграції та масової медіалізації, які трансформують комунікативні практики мовців різних поколінь.

Зокрема, активне використання соціальних мереж (Reddit, Facebook, Instagram, X, Threads, YouTube та TikTok) впливає на мовну поведінку користувачів, особливо на молодіжну аудиторію. Одним із ключових виявів цих процесів є стрімке поширення сленгу – мовної варіації, що функціонує переважно в неформальному дискурсі.

Згідно з дослідженнями у сфері соціолінгвістики, сленг виступає засобом формування соціальної ідентичності та відображає лінгвістичну динаміку сучасного суспільства. Соціальні медіа слугують платформою для поширення сленгових конструкцій завдяки можливості миттєвого створення та обміну контентом (Бровко, 2022).

Оксфордський словник англійської мови обрав слово *rizz* лексемою 2023 року. Цей сленг, популяризований на платформі TikTok, означає здатність приваблювати іншу людину за допомогою стилю та чарівності. У 2022 році Оксфордський словник оголосив словом року вислів *goblin mode*, який описує поведінку людини, що є беззастережно поблажливою, неохайною, ледачою чи жадібною та відкидає соціальні норми й очікування (Elliot, 2023). Сленгові слова, що визнаються словами року, ключові маркери мовної динаміки, які відображають актуальні соціокультурні процеси, викликані технологічним прогресом і глобалізацією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам аналізу концептів сленгу в соціальних мережах як багатогранному явищу присвячено праці таких мовознавців: Ю. Ніколащенко (2018), К. Бровко (2022), С. Венідітков (2022), О. Кравець (2023) та ін. Особливості мовної репрезентації цих термінів вивчали також із позицій когнітології, культурології, лексичної семантики та семіотики І. Палагута (2021), О. Селіванова (2020), Т. Рябокучма й А. Горбаченко (2019), М. Баган й О. Складенко (2024).

У контексті соціокультурної лінгвістики ще не було зроблено спроб здійснити комплексний огляд та зіставно-порівняльне дослідження семантичних особливостей медіаіндукованих неологізмів у прагмалінгвістичному аспекті сленгу соціальних мереж англійської та української мов, чим і зумовлюється **актуальність** нашої розвідки.

Метою статті є аналіз соціолінгвістичної динаміки в процесі цифрової комунікації на платформах соціальних мереж в англійському мовному середовищі,

зокрема дослідження виникнення лексичних інновацій. Для досягнення поставленої мети передбачено розв'язати такі **завдання**: 1) виявити основні типи лексичних інновацій, що виникають у цифровому середовищі, зокрема в англомовному інтернет-дискурсі; 2) проаналізувати механізми створення, поширення та закріплення нових лексичних одиниць у соціальних мережах; 3) визначити прагмалінгвістичні особливості сленгу соціальних мереж, зокрема його функції та емоційне забарвлення у цифровій комунікації; 4) проаналізувати складнощі перекладу англійськомовного сленгу соціальних мереж, зокрема проблеми міжпоколінневого розриву, культурного контексту та рівнів формальності; 5) розглянути методи перекладу сленгових висловів, зокрема транслітерацію, калькування, адаптацію, описовий і контекстуальний переклад.

Матеріалом дослідження слугують дані, отримані в результаті огляду та ретельного аналізу корпусних досліджень мовної варіативності, зарубіжних і вітчизняних наукових літературних джерел, матеріалів періодичних видань, вибірки із тлумачних, двомовних, етимологічних словників, а також аналіз таких соціальних медіа та інтернет-платформ, як: Reddit, Facebook, Instagram, X, Threads, YouTube, TikTok, аналіз мемів, емодзі, GIF-файлів (частина мультимодальної комунікації). Використовуючи дані тлумачних словників англійської та української мов, було простежено тенденцію створення лінгвістичних механізмів та мовну еволюцію в системі розвитку англійськомовного й українськомовного цифрового середовища.

Методи та методологія проведеного дослідження. У процесі дослідження застосовано комплекс загальнонаукових і спеціальних лінгвістичних методів, що забезпечують об'єктивний аналіз соціолінгвістичних явищ у цифровому середовищі. Основним методом виступає корпусний аналіз, який дав змогу зібрати та систематизувати лексичні одиниці сленгу соціальних мереж, зокрема з таких платформ, як: Reddit, Facebook, Instagram, X, Threads, YouTube та TikTok. Використання дескриптивного методу дозволило описати особливості нових лексичних одиниць, їхню семантичну структуру та адаптацію в мовному середовищі. Семантичний аналіз сприяв дослідженню процесів вторинної та первинної номінації у складі сленгових неологізмів, що поширюються через цифрові платформи. Додатково проведено мультимодальний аналіз, що охопив текстуальні, візуальні та гіпертекстуальні компоненти комунікативних практик соціальних мереж, визначивши їхню роль у формуванні та закріпленні нових лексем. Застосування цих методів дало змогу здійснити комплексний аналіз соціолінгвістичної динаміки цифрового середовища, визначити особливості лексичних інновацій та їхнє функціонування в сленговій лексиці соціальних мереж.

Виклад основного матеріалу. За допомогою загальнонаукових і спеціальних методів аналізу було виявлено, що в англійській мові з'явилося чимало лексичних одиниць, фразеологічних сполук. Деякі з них були вже включені до онлайн-словника “Urban Dictionary” та мають еквіваленти в українській мові відповідно (Галай, 2017; Lutviana & Mafulah, 2021).

При перекладі англійськомовного сленгу виникає багато проблем, таких як:

- *розрив поколінь*: різні вікові групи мають різні вподобання та інтерпретації певних сленгових термінів. Це ускладнює зусилля щодо подолання розриву між поколіннями та точної передачі передбачуваного сенсу;

- *динамічний сленг, який швидко змінюється*: сленг створюється і постійно розвивається сучасній і в поп культурі. Нові терміни продовжують з'являтися, а вже наявні можуть швидко застаріти. Це вимагає від перекладачів постійного оновлення знань популярного сленгу;

– *відсутність формальної документації*. На відміну від формальних термінів і виразів, неформальна мова рідко докладно документується в офіційних словниках. З цієї причини перекладачам досить часто важко знайти надійні інформаційні джерела. Це потребує лінгвістичних навичок і глибокого розуміння культурних відмінностей між мовними парами;

– *різні рівні формальності*: сленг зазвичай використовують у неформальних розмовах, тоді як при перекладі рівень формальності цільового тексту може відрізнитися. Перекладачам потрібно поєднувати сленг із відповідним рівнем формальності, щоб уникнути недоречності в тексті;

– *використання місцевих діалектів*. У деяких випадках сленг може включати використання слів із певних діалектів. Це ускладнює роботу перекладачів, які повинні розуміти походження та значення цих термінів, перш ніж перекладати їх (Rezeki & Sagala, 2019).

На думку багатьох лінгвістів і перекладачів, переклад англійськомовного сленгу соціальних мереж є дуже складним і трудомістким процесом, оскільки він дуже часто має культурний контекст, творчий характер та іноді багатозначність. Тому більшість перекладачів використовують такі основні способи перекладу, як: *транслітерація, транскрипція, калькування, адаптація, описовий переклад, скорочення або аббревіації, контекстуальний переклад* (Рябокучма & Горбаченко, 2019).

Як зазначають дослідники, для перекладу сленгу найдоцільніше застосовувати такі методи: 1) *пошук української нестандартної лексичної одиниці*. Для передачі сленгізму та вульгаризму доцільно знаходити аналогічні вислови українською мовою, які відповідають рівню експресивності оригіналу; 2) *описовий переклад чи тлумачення значення*. У випадках, коли жаргонізми чи арготизм не мають прямого аналога в українській мові, використовується пояснення їхнього значення, чи описовий підхід. Науковці також зазначають, що важливу роль у процесі перекладу відіграє контекст, у якому вживаються нестандартні одиниці, адже саме він визначає вибір адекватного способу перекладу (Венідіктов, 2022).

1. Транслітерація – механічне передання тексту й окремих слів, які записані однією графічною системою, засобами іншої графічної системи при другорядній ролі звукової точності, тобто передання однієї писемності літерами іншої. **Транскрипція** – слово записується буквами мови перекладу, при цьому перекладач орієнтується на точну відповідність звучанню слова мовою оригіналу (Ніколащенко, 2018). Наприклад: *tete – мем, selfie – селфі, like – лайк, blog – блог, stream – стрім, spat – спам, post – пост, troll – троль, story – сторі, hashtag – хештег, flex – флекс* (від англ. *flexible* – “гнучкий”) – *хвастоці, вихваляння, cringe – кринж – коробити, пересмикувати, несхвалення, сором та обурення, fail – фейл, easy – ізі – легко, без проблем, hype – хайп, fan – фан, lol – лол, follower – фоловер, influencer – інфлюенсер, gamer – геймер, hacker – хакер*.

Окремо можна виділити сленг, який перекладається за допомогою транслітерації й позначає сучасні привітання в соціальних мережах: наприклад, *Хай! (Hi!), Хелоу! (Hello!), файн (fine), Бай! (Bye!), ноу проблемс (no problems), чірс (cheers), найс (nice), Сюрпрайз! (Surprise!), окей (okay), сенкс (thanks), кул (Cool), ноу (no), сорі (sorry), соу світ (so sweet), супер (super), крейзі (crazy), хені бьоздей (happy birthday)*.

2. Калькування – заміна складових частин – морфем чи слів (у випадку стійких словосполучень) запозиченого слова їхніми лексичними відповідниками в мові перекладу: *like – вподобайка (або лайк), friend request – запит у друзі, news feed – стрічка новин, followers – підписники, unfriend – видалити друзів, story – історія (замість англійського “сторі”), check in – відмітка про місцезнаходження, trending*

topic – популярна тема, direct message (DM) – особисте повідомлення, share – поділитися (Палагута, 2021).

Також при використанні кальки в перекладі часто вживаються українські афікси, зокрема суфікси:

- суфікси *-er, -ast*: *хейтер (hater)* – вороже налаштована людина, утворена лексема від слова *хейт (hate)*, *чіліш (калька, дієслово, утворене від слова чіл – chill (озноб, тремтіння, застуда, розчарування, амер. англ. “ігнорувати”))*, *кринжовий (кринж – кринжовий – від англ. слова cringe – сипатися чи смикатися від страху чи відради. калька, прикметник, суф. -ов)*, *флексер (флекс – флексер – калька, іменник – суф. -er)*;

- суфікс *-ing*: *хейтерінг* – явище молодіжне. В його основі лежить максималізм, а з роками ми його втрачаємо, *булінг (bullying – цькування, англ. bully – залякувати, цькувати, задирати. Це явище яке широко поширене в соціальних мережах: Instagram, Twitter, Facebook (Косович, 2017).*

3. **Адаптація.** Цей спосіб потребує підбору аналогів в українській мові, що передають схожий зміст й емоційне забарвлення: *throw shade* – кидати тінь, *наводити наклеп, cancel culture* – культура скасування, бойкот.

4. **Описовий переклад.** Коли прямий переклад не можливий, використовується опис змісту слова або виразу. *Ghosting* – припинення спілкування без пояснень, *FOMO (fear of missing out)* – страх пропустити щось важливе.

5. **Скорочення** – передача змісту через створення українських аналогів скорочень: *BRB (Be right back)* – ЗП (зараз повернусь), *IDN (I don't know)* – НЗ (не знаю).

6. **Контекстуальний переклад.** Тут переклад залежить від контексту використання слова, адже часто має кілька значень. *Lit* – круто, весело, чудово (залежно від ситуації), *savage* – безжальний, класний (Гаврилова, 2018).

Інші методи перекладу застосовують рідше, зокрема, *дослівний переклад, еквіваленти та аналоги*. Дослівний переклад використовується рідко, оскільки, він доцільний лише тоді, коли значення сленгового слова зрозуміле читачам без додаткових пояснень чи коментарів. Переклад за допомогою *еквівалентів* використовується у випадках, коли в мові перекладу наявний готовий стійкий вираз, слово або конструкція, яка точно передає значення вихідного тексту. Переклад за допомогою *аналога* використовується тоді, коли в мові перекладу відсутній точний еквівалент певного слова, виразу або ідіоми, але існує схожий за значенням або функцією термін. Такий спосіб забезпечує збереження сенсу, стилю та особливостей тексту (Бездітко, 2020).

Для перекладу англійськомовного сленгу характерні специфічні труднощі, пов'язані з культурними відмінностями й соціальними контекстами, у яких використовуються ці терміни. Важливо, що багато сучасних сленгових висловлювань, особливо із соціальних мереж, мають і локальне значення, і водночас може бути частиною глобальних культурних трендів. У такому контексті переклад стає ще складнішим, оскільки сленг часто передає не лише значення слова чи висловлювання, а й має емоційний заряд, настрій чи соціальну належність. Це означає, що перекладач повинен передати значення сленгізма й зберегти його культурну та соціальну значимість.

Особливо складні випадки, коли сленг немає прямого аналога в іншій мові. У таких ситуаціях перекладач може використовувати описовий переклад або адаптацію для передачі змісту та настрою оригінального виразу. Наприклад, англійське словосполучення “cancel culture” може бути перекладено як “культура скасування”, але для більш точного розуміння слід додатково пояснити, що це явище, пов'язане з

бойкотом публічних осіб або брендів за їх непопулярні чи суперечливі висловлювання чи дії (Селіванова, 2020).

Крім того, переклад сленгу має на увазі не лише граматичну, а й стилістичну адаптацію. У випадках, коли сленг є частиною певної субкультури або соціальної групи, перекладач повинен бути обізнаний у цих специфічних нормах і контекстах, щоб забезпечити точну передачу змісту. Наприклад, у відеоігровій спільноті можна натрапити на сленгові вирази, що мають своє специфічне значення, яке може бути не зрозумілим або спотвореним при прямому перекладі без урахування соціокультурного контексту. Такий підхід вимагає високої кваліфікації перекладача, він має враховувати як мовні, так і культурні аспекти.

Ще одним важливим аспектом є постійна еволюція сленгу в цифрових середовищах. Поява нових платформ і технологій комунікації, таких як TikTok, Instagram або Twitter, приводить до швидкого створення нових сленгових термінів. Це може викликати певні труднощі для перекладачів, оскільки вони повинні встигати за тенденціями та впевнено застосовувати нові терміни у своїй роботі. Наприклад, терміни *ghosting* або *catfishing* стали широко вживаними через онлайн-спілкування, і навіть якщо вони не мають точного аналога в інших мовах, вони все одно набули популярності у всьому світі і стали частиною глобального культурного контексту (Nuraeni & Pahamzah, 2021).

Не менш важливим є те, що різні платформи мають свої специфічні традиції використання сленгу. У деяких випадках терміни можуть мати різні значення, залежно від того, де і як вони вживаються. Наприклад, термін *lit* може означати щось круте чи захоплююче в одному контексті, але в іншому виражати захоплення чи радість від певної події. Тому перекладач повинен вміти адаптувати переклад залежно від платформи та контексту, де використовується той чи той сленговий вираз.

Також не можна не згадати про важливість контексту використання сленгу. Слово або вираз можуть мати різне значення залежно від того, хто його вживає, у якому середовищі та з якою метою. Наприклад, лексична одиниця *lit* може мати позитивне значення в певному контексті, але використовуватись з іронією в іншому. Враховуючи це, перекладач має бути обережним і застосовувати контекстуальний переклад для більш точної передачі значення (Swarniti, 2021).

У результаті переклад сленгу – це складний процес, що вимагає не лише мовних навичок, а й культурної поінформованості. Успішний переклад сленгу залежить від здатності перекладача правильно інтерпретувати як слова, так і емоції, а також соціокультурні особливості, які можуть бути значущими для цільової аудиторії. Використання різних методів перекладу, таких як транслітерація, калькування, адаптація або описовий переклад, дозволяє зберегти точність і справжність повідомлення, одночасно враховуючи культурні відмінності та специфіку цільової мови.

Висновки. Дослідивши соціолінгвістичну динаміку цифрового середовища та її вплив на формування лексичних інновацій, зокрема сленг соціальних мереж в англійській мові, ми отримали такі результати: 1) у цифровому середовищі виникають різні типи лексичних новоутворень, серед яких сленгові неологізми, кальковані запозичення, скорочення, акроніми та семантичні зсуви. Значна частина цих нових одиниць набуває широкого вжитку через активне використання в соціальних мережах; 2) ключовими механізмами поширення нових слів є вірусний контент, хештеги, меми, емодзі та аудіовізуальні матеріали. Закріплення термінів відбувається через їхнє повторне використання в цифрових спільнотах, а також через їхню адаптацію в традиційних словникових ресурсах; 3) сленг відіграє важливу

роль у вираженні емоційності, гумору, соціальної ідентичності й культурних кодів певних груп. Динамічність цифрового дискурсу сприяє швидкому змінненню значень слів, що ускладнює їхнє тлумачення поза контекстом соціальних мереж; 4) серед основних труднощів перекладу було виділено міжпоколіннєвий розрив у сприйнятті сленгових термінів, культурні особливості їхнього значення та відмінності у рівнях формальності між мовами. Деякі сленгові вислови не мають прямих еквівалентів в інших мовах, що ускладнює переклад; 5) найбільш ефективними методами перекладу є транслітерація, калькування, адаптація, описовий і контекстуальний переклад. Вибір відповідного методу залежить від стилістичних особливостей тексту, рівня формальності й культурного контексту використання вислову.

Таким чином, соціальні мережі є потужним інструментом мовної еволюції, що стимулює появу нових лексичних одиниць та зміну мовних норм. Водночас вони сприяють пришвидшенню процесу глобалізації мови, роблячи її більш гнучкою та адаптивною до змін у суспільстві. Особливо важливим є вплив цифрової комунікації на молодіжний сленг, який часто стає основою для нових мовних тенденцій. Дослідження також підтвердило, що сленгові терміни відображають соціальні зміни, популярні культурні явища та цінності певних спільнот. Вивчення цих процесів може допомогти в розробці ефективних стратегій мовної політики, адаптації освітніх програм і вдосконаленні лексикографічних ресурсів.

Перспективою подальших досліджень є вивчення тривалості життєвого циклу неологізмів, породжених цифровими медіа, зокрема їхнє поширення, закріплення або лексична атрофія в сучасному мовному середовищі, порівняння особливостей інтернет-комунікації серед поколінь X, Y, Z та Alpha, що дозволить виявити їхній внесок у формування лексичних інновацій та мовних практик, а також аналіз того, як генеративні мовні моделі (ChatGPT, Gemini, BERT, DALL-E) впливають на мультимодальні комунікативні парадигми в цифровому середовищі.

Конфлікт інтересів

Автори не мають потенційного конфлікту інтересів, який би міг вплинути на рішення про опублікування цієї статті.

Використання штучного інтелекту

Не використовувався.

ЛІТЕРАТУРА

- Баган, М. П., & Скляренко, О. В. (2024). Мовленнєвий етикет сучасної української молоді: Динаміка комунікативних орієнтирів. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 27(1), 9–18.
<https://doi.org/10.32589/2311-0821.1.2024.309598>
- Бездітко, А. (2020). Англійський SMS-сленг як сучасна форма усно-письмової електронної комунікації. *Південний архів. Серія: Філологічні науки*, (81), 56–60.
- Бровко, К. А. (2022). Вплив інтернет-сленгу на розвиток пізнавальної активності студентської молоді до вивчення іноземної мови. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 48(1), 229–233.
 Retrieved from http://www.aphn-journal.in.ua/archive/48_2022/part_1/35.pdf
- Венідітков, С. В. (2022). Молодіжний сленг як результат медіа споживання. *Обрії друкарства*, 1(11), 6–16.
- Гаврилова, О. (2018). Процеси калькування в сучасній українській мові (на прикладах комп'ютерної лексики). *Science and Education a New Dimension. Philology*, VI(45), 152.

Retrieved from <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/allhum-2016/paper/viewFile/242/111>

- Галай, М. (2017). Молодіжний сленг як сучасне мовне явище. *Knowledge, education, law, management*, 1(17), 123–131.
- Косович, О. (2017). Конверсія як різновид транспозиції словотвірного характеру. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 30(2), 21–23.
- Кравець, О. І. (2023). Молодіжний соціолект мережевого простору та його письмова форма як атрибут сучасної японської молодіжної субкультури. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 26(1), 63–73. <https://doi.org/10.32589/2311-0821.1.2023.286188>
- Ніколащенко, Ю. А. (2018). Сленг як міжкультурна комунікативна компетенція при підготовці студентів-перекладачів. *Молодий вчений*, (6)(58), 322–325.
- Палагута, І. (2021). Особливості молодіжного сленгу в англійській мові. *Наукові пошуки молоді у XXI столітті. Ad linguas et culturas per cognitionem (до мов і культур через пізнання): матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Біла Церква, 14 квітня 2021 р.)*, 2–8.
- Рябокучма, Т. О., & Горбаченко, А. Л. (2019). Способи утворення американських сленгових інновацій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 41(1), 141–144.
- Селіванова, О. О. (2020). *Лінгвістична енциклопедія*. Полтава: Довкілля.
- Arief, Y. Al. (2023). The use of linguistic jokes in EFL classroom. *JETAL: Journal of English Teaching*. Retrieved from <https://jurnal.uhn.ac.id/index.php/jetal/article/view/1000>
- Elliot, S. (2023). *The Little Book of British Slang: A Fun Guide to British Slang*. London Press.
- Liu, S., Gui, D.-Y., Zuo, Y., & Dai, Y. (2019). Good slang or bad slang? Embedding internet slang in persuasive advertising. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01251>
- Lutviana, R., & Mafulah, S. (2021). The use of slang words in online learning context of EFL class. *EnJourMe (English Journal of Merdeka): Culture, Language, and Teaching of English*, 6(1), 55–62. <https://doi.org/10.26905/enjourme.v6i1.6118>
- Nuraeni, F. W., & Pahamzah, J. (2021). An analysis of slang language used in the teenager interaction. *LingTera*, 20(2), 313–322. <https://doi.org/10.21831/ltr.v20i2.37058>
- Rezeki, T. I., & Sagala, R. W. (2019). Slang words used by millennial generation in Instagram. *Jurnal Serunai Bahasa Inggris*, 11(2), 74–81. <https://doi.org/10.37755/jsbi.v11i2.162>
- Swarniti, N. W. (2021). The analysis of semantic meaning found in comments of Instagram account of Info Denpasar. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (SEMNALISA)*, 193–199.
- Trimastuti, W., Piksi, P., & Bandung, G. (2017). An analysis of slang words used in social media. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(2).

REFERENCES

- Bahan, M. P., & Skliarenko, O. V. (2024). Movlennievyyi etyket suchasnoi ukrainskoi molodi: Dynamika komunikativnykh oriientyriv. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho lnhvistychnoho universytetu. Seriiia Filolohiia*, 27(1), 9–18. <https://doi.org/10.32589/2311-0821.1.2024.309598>

- Bezditko, A. (2020). Anhliiskiy SMS-slenh yak suchasna forma usno-pysmovoï elektronnoï komunikatsii. *Pivdenniy arkhiv. Seriya: Filolohichni nauky*, (81), 56–60.
- Brovko, K. A. (2022). Vplyv internet-slenhu na rozvytok piznavalnoi aktyvnosti studentskoi molodi do vyvchennia inozemnoi movy. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 48(1), 229–233.
Retrieved from http://www.aphn-journal.in.ua/archive/48_2022/part_1/35.pdf
- Venidiktov, S. V. (2022). Molodizhnyi slenkh yak rezultat media spozhyvannia. *Obrii drukarstva*, 1(11), 6–16.
- Havrylova, O. (2018). Protsesy kalkuvannia v suchasniï ukrainskii movi (na prykladakh kompiuternoi leksyky). *Science and Education a New Dimension. Philology*, VI(45), 152.
Retrieved from <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/allhum-2016/paper/viewFile/242/111>
- Halai, M. (2017). *Molodizhnyi slenkh yak suchasne movne yavyshe*. Knowledge, education, law, management, 1(17), 123–131.
- Kosovych, O. (2017). Konversiiia yak riznovyd transpozysii slovotvornoho kharakteru. *Naukovi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Filolohiia*, 30(2), 21–23.
- Kravets, O. I. (2023). Molodizhnyi sotsiolekt merezhevoho prostoru ta yoho pysmova forma yak atrybut suchasnoi yaponskoi molodizhnoi subkultury. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho linhvistychnoho universytetu. Seriya Filolohiia*, 26(1), 63–73.
<https://doi.org/10.32589/2311-0821.1.2023.286188>
- Nikolashchenko, Yu. A. (2018). Slenh yak mizhkulturna komunikatyvna kompetentsiia pry pidhotovtsi studentiv-perekladachiv. *Molodyi vchenyi*, (6)(58), 322–325.
- Palahuta, I. (2021). Osoblyvosti molodizhnoho slenhu v anhliiskii movi. Naukovi poshuky molodi u XXI stolitti. *Ad linguas et culturas per cognitionem (do mov i kultur cherez piznannia): materialy mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Bila Tserkva, 14 kvitnia 2021 r.)*, 2–8.
- Riabokuchma, T. O., & Horbachenko, A. L. (2019). Sposoby utvorennia amerykanskykh slenhovykh innovatsii. *Naukovi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Filolohiia*, 41(1), 141–144.
- Selivanova, O. O. (2020). *Linhvistychna entsyklopediia*. Poltava: Dovkillia.
- Arief, Y. Al. (2023). The use of linguistic jokes in EFL classroom. *JETAL: Journal of English Teaching*.
Retrieved from <https://jurnal.uhn.ac.id/index.php/jetal/article/view/1000>
- Elliot, S. (2023). *The Little Book of British Slang: A Fun Guide to British Slang*. London Press.
- Liu, S., Gui, D.-Y., Zuo, Y., & Dai, Y. (2019). Good slang or bad slang? Embedding internet slang in persuasive advertising. *Frontiers in Psychology*.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01251>
- Lutviana, R., & Mafulah, S. (2021). The use of slang words in online learning context of EFL class. *EnJourMe (English Journal of Merdeka): Culture, Language, and Teaching of English*, 6(1), 55–62.
<https://doi.org/10.26905/enjourme.v6i1.6118>
- Nuraeni, F. W., & Pahamzah, J. (2021). An analysis of slang language used in the teenager interaction. *LingTera*, 20(2), 313–322.
<https://doi.org/10.21831/ltr.v20i2.37058>
- Rezeki, T. I., & Sagala, R. W. (2019). Slang words used by millennial generation in Instagram. *Jurnal Serunai Bahasa Inggris*, 11(2), 74–81.
<https://doi.org/10.37755/jsbi.v11i2.162>

- Swarniti, N. W. (2021). The analysis of semantic meaning found in comments of Instagram account of Info Denpasar. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (SEMNALISA)*, 193–199.
- Trimastuti, W., Piksi, P., & Bandung, G. (2017). An analysis of slang words used in social media. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(2).

Дата надходження до редакції 24.10.2024
Ухвалено до друку 23.12.2024

Відомості про авторів

Василевська Тетяна Вячеславівна, старший викладач кафедри англійської мови і перекладу факультету сходознавства і слов'янської філології Київського національного лінгвістичного університету e-mail: tetiana.vasylevska@knlu.edu.ua		Коло наукових інтересів: теорія і практика перекладу, вивчення мовних інновацій, лексикологія
Голінко Аліна Миколаївна, старший викладач кафедри англійської мови і перекладу факультету сходознавства і слов'янської філології Київського національного лінгвістичного університету e-mail: alina.holinko@knlu.edu.ua		Коло наукових інтересів: соціолінгвістика, мовна динаміка в цифрову епоху, дискурс-аналітика



CC Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)