

Міністерство освіти і науки України  
Державний заклад «Луганський національний університет  
імені Тараса Шевченка»  
Факультет соціальних і гуманітарних наук  
Кафедра іноземних мов

**ВЕЛИЧКО Руслана Миколаївна**


**СТРУКТУРА ТА СЕМАНТИКА АНГЛІЙСЬКИХ СЛЕНГОВИХ  
НЕОЛОГІЗМІВ У МОВІ СУЧАСНИХ ВЕБ-МЕДІА**

Кваліфікаційна робота магістра  
за спеціальністю 035.041 Філологія. Германськомови і літератури  
(переклад включно), перша – англійська. Мова і література (англійська)


Особистий підпис –

 Величко Р. М.

Науковий керівник –

  
\_\_\_\_\_ Перепадя Д. О.  
(доцент кафедри іноземних мов,  
кандидат педагогічних наук, доцент)

Завідувач кафедри –

  
\_\_\_\_\_ Перепадя Д. О.  
(доцент кафедри іноземних мов,  
кандидат педагогічних наук, доцент)

**Полтава 2026**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СЛЕНГОВИХ НЕОЛОГІЗМІВ</b> .....	7
1.1. Поняття сленгового неологізму та його класифікація ...	7
1.2 Структурно-семантичні характеристики сленгових неологізмів.....	16
1.3. Функції сленгових неологізмів у сучасній англомовній комунікації .....	22
1.4. Способи перекладу англійських неологізмів.....	28
Висновки до розділу 1.....	35
<b>РОЗДІЛ 2 СТРУКТУРА ТА СЕМАНТИКА АНГЛІЙСЬКИХ СЛЕНГОВИХ НЕОЛОГІЗМІВ У МОВІ СУЧАСНИХ ВЕБ-МЕДІА</b> .....	37
2.1. Семантичні та функціональні особливості сленгових неологізмів .....	37
2.2. Тенденції використання сленгових неологізмів у мові сучасних веб-медіа .....	46
2.3. Основні словотворчі моделі формування сленгових неологізмів у сучасній англійській мові.....	52
2.4. Вплив цифрового контексту на розвиток структури та семантики сленгових неологізмів.....	61
Висновки до розділу 2.....	67
<b>РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СЛЕНГОВИХ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНИХ ВЕБ- МЕДІА ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ</b> .....	70
Висновки до розділу 3.....	85
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	88
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	93

## ВСТУП

Сучасний етап розвитку людства визначається інтенсивною цифровізацією, глобалізацією інформаційних потоків та стрімким розвитком комунікаційних технологій, що докорінно трансформують способи взаємодії між людьми та форми мовленнєвої діяльності. Інтернет і пов'язані з ним веб-медіа – новинні портали, соціальні мережі, блоги, форуми, відеохостинги та стримінгові платформи – створили якісно новий комунікативний простір, у межах якого мова функціонує в умовах постійної змінюваності, високої швидкості поширення інформації та орієнтації на масову аудиторію. Цей простір характеризується демократизацією мовлення, зниженням нормативних обмежень, посиленням експресивності та активним оновленням лексичного складу.

Однією з найяскравіших мовних тенденцій сучасного веб-медійного дискурсу є інтенсивне виникнення та поширення сленгових неологізмів. Такі одиниці відображають нові реалії цифрової дійсності, соціальні й культурні процеси, трансформації способу мислення та комунікативної поведінки користувачів. Сленгові неологізми швидко входять до активного мовного вжитку, виконують функції ідентифікації, оцінки, емоційного впливу та групової солідарності, а також слугують маркерами приналежності до сучасної онлайн-культури. В умовах веб-медіа вони нерідко виходять за межі вузькогрупового вживання і стають елементами загальномовної практики.

Англійська мова, будучи провідною мовою міжнародної онлайн-комунікації, відіграє ключову роль у формуванні та поширенні лексичних інновацій у глобальному цифровому просторі. Саме англійські веб-медіа виступають основним середовищем продукування сленгових неологізмів, які згодом запозичуються іншими мовами або впливають на їхній розвиток. У таких одиницях відбиваються технологічні інновації, нові формати соціальної взаємодії, зміни у ціннісних орієнтаціях суспільства, а також особливості сучасного медіамислення. Дослідження структурних і

семантичних характеристик англійських сленгових неологізмів дозволяє глибше зрозуміти механізми мовної адаптації до цифрового середовища та актуальні тенденції розвитку сучасної англійської мови.

Проблема неологізмів має давню традицію в лінгвістичній науці. Перші системні спроби осмислення явища мовних новоутворень знаходимо у працях А. Аббота, Д. Алжео, О. Єсперсена, Л. Паунда, Г. Світа. Значний внесок у розвиток теорії неології та словотворення зробили О. Кубрякова, Г. Винокур, М. Плющ. Кількісні та якісні аспекти оновлення словникового складу англійської мови досліджували М. Покровський, Ф. Філін, І. Арнольд, Б. Уорф, Д. Крістал та інші науковці. Серед вітчизняних дослідників проблеми неології варто відзначити праці А. Гармаша, Ю. Зацного, С. Єнікєєвої, Ю. Жлуктенка, М. Мозгового, С. Швачко, С. Баранової, І. Кобякової, О. Медвідь, Н. Чернюх.

Окремий напрям сучасних лінгвістичних досліджень становлять праці, присвячені аналізу медійного дискурсу та функціонуванню мови в просторі веб-медіа, зокрема у Великій Британії та англійськомовному світі загалом (Е. Мерр, М. Темпл, К. Уільямс, О. Вартанова, С. Михайлов, В. Соколов та ін.). Водночас, попри зростаючий інтерес до проблем інтернет-комунікації, структурно-семантичні особливості саме сленгових неологізмів у мові сучасних веб-медіа залишаються недостатньо систематизованими та комплексно описаними.

**Актуальність** даного дослідження зумовлена необхідністю ґрунтовного аналізу структурних і семантичних характеристик англійських сленгових неологізмів, що активно функціонують у сучасних веб-медіа. Незважаючи на наявність значної кількості наукових праць, присвячених неології, сленгу та цифровому дискурсу, більшість із них зосереджені або на загальних словотворчих процесах, або на соціолінгвістичних аспектах сленгу. Взаємозв'язок структури, семантики та функціонування сленгових неологізмів у контексті веб-медіа потребує подальшого всебічного й системного вивчення.

**Метою дослідження** є комплексне вивчення структурних і семантичних особливостей англійських сленгових неологізмів у мові сучасних веб-медіа.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв'язання таких **завдань**:

- з'ясувати сутність поняття «сленговий неологізм» та узагальнити основні підходи до його класифікації у працях вітчизняних і зарубіжних мовознавців;
- визначити основні функції сленгових неологізмів у сучасній англійській комунікації;
- дослідити семантичні та функціональні особливості сленгових неологізмів у цифровому медійному дискурсі;
- виявити провідні тенденції використання сленгових неологізмів у мові сучасних веб-медіа;
- систематизувати основні словотворчі моделі формування сленгових неологізмів у сучасній англійській мові;
- з'ясувати вплив цифрового контексту на розвиток структури та семантики сленгових неологізмів;
- окреслити практичне значення результатів дослідження для вивчення сучасної англійської мови та їх використання в освітньому процесі.

**Об'єктом дослідження** є мовний матеріал сучасних англійських веб-медіа.

**Предметом дослідження** є структура та семантика англійських сленгових неологізмів, що функціонують у мові веб-медіа.

**Методи дослідження** зумовлені метою та завданнями роботи і включають описовий та порівняльний методи, методи компонентного, словотворчого, етимологічного й кількісного аналізу, що забезпечує комплексний підхід до вивчення сленгових неологізмів у сучасному англійському медіадискурсі.

**Наукова новизна** роботи полягає у здійсненні комплексного структурно-семантичного аналізу англійських сленгових неологізмів на матеріалі сучасних веб-медіа.

**Теоретичне значення** дослідження полягає в поглибленні уявлень про словотворчі та семантичні процеси в сучасній англійській мові, а також у розвитку теоретичних положень неології та медіалінгвістики.

**Практичне значення** роботи полягає в можливості використання отриманих результатів у навчальному процесі під час викладання курсів з лексикології, словотворення, стилістики англійської мови, а також у підготовці курсових і кваліфікаційних робіт.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати роботи були обговорені на засіданнях кафедри іноземних мов, а також представлені під час передзахисту магістерської роботи.

**Обсяг і структура роботи.** Магістерська робота складається з трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків та списку використаних джерел (54 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 98 сторінок. Основний текст дослідження викладено на 76 сторінках.

## РОЗДІЛ 1.

### ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ СТРУКТУРИ ТА СЕМАНТИКИ АНГЛІЙСЬКИХ СЛЕНГОВИХ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

#### 1.1. Поняття сленгового неологізму та його класифікація.

Неологія як спеціалізований напрям мовознавчих досліджень зосереджується на вивченні процесів оновлення лексичного складу мови, механізмів виникнення нових слів і значень, а також закономірностей їх функціонування у різних типах дискурсу. У центрі уваги неології перебувають мовні інновації, що виникають у відповідь на соціальні, культурні, технологічні та когнітивні зміни, характерні для певного історичного етапу розвитку суспільства. Завданням цієї галузі є не лише фіксація новоутворень, але й аналіз причин їх появи, способів словотворення, семантичних трансформацій і перспектив подальшої інтеграції в мовну систему.

У сучасному мовному просторі неологія тісно пов'язана з вивченням сленгу, оскільки саме в неофіційній, спонтанній та цифрово опосередкованій комунікації нові лексичні одиниці з'являються найінтенсивніше. Сленг як різновид некодифікованої лексики створює сприятливе середовище для мовного експерименту, що зумовлює швидке продукування та поширення нових слів і значень. У цьому контексті сленгові неологізми постають як динамічний і показовий об'єкт дослідження, який відображає актуальні тенденції розвитку мови.

За спостереженнями Ю. Зацного, коло основних завдань неології охоплює вивчення моделей творення нових слів і значень, визначення принципів їх лексикографічної фіксації, розроблення критеріїв ідентифікації мовних новоутворень, аналіз чинників їх виникнення, а також формування науково обґрунтованого ставлення до мовних інновацій [21]. У межах сленгової лексики реалізація цих завдань ускладнюється через високу

швидкість оновлення, експресивний характер сленгових одиниць і нестабільність їх уживання.

Однією з центральних проблем неології є чітке розмежування неологізмів та суміжних типів мовних інновацій. До таких, зокрема, належать ксенізми – запозичені слова, що називають реалії іншої культури; гапакси – індивідуально-авторські утворення з обмеженим уживанням; okazionalizmi – потенційні слова, створені за продуктивними словотвірними моделями для конкретного комунікативного контексту; eфемеризми – лексеми, пов'язані з короткочасними або ситуативними явищами. У сленговому середовищі ці типи мовних інновацій часто перетинаються, що ускладнює їх однозначну ідентифікацію та класифікацію [44].

До актуальних дискусійних питань неології належать також проблеми визначення часових меж «новизни» слова, розмежування неологізмів, okazionalizmi та авторських новотворів, а також встановлення стилістичного статусу нових лексичних одиниць. Особливо складним залишається питання зарахування до неологізмів сленгових одиниць і професіоналізмів, які функціонують поза межами літературної норми та мають обмежену сферу вживання [36]. У сучасному цифровому дискурсі ці межі ще більше розмиваються, що потребує уточнення традиційних класифікаційних підходів.

Важливу роль у дослідженні нової лексики відіграє неографія – галузь мовознавства, що займається фіксацією, описом і систематизацією неологізмів. Термін походить від поєднання латинських компонентів *neos* – «новий» та *grapho* – «писати» і вказує на процес «опису нового». Основним завданням неографії є лексикографічна обробка неологізмів, визначення їх значень, стилістичних характеристик і сфери вживання, а також включення до словникових джерел.

Разом із тим далеко не всі неологізми, зокрема сленгові, фіксуються у словниках. Значна частина таких одиниць має тимчасовий характер, функціонує в межах окремих соціальних або вікових груп і швидко виходить

з ужитку. Відсутність усталених тлумачень і нормативного закріплення створює труднощі для інтерпретації нових слів, особливо в перекладознавчій практиці, де виникає потреба пошуку адекватних відповідників сленгових неологізмів.

У загальнолінгвістичному розумінні неологізм (від грец. *neos* – «новий», *logos* – «слово») визначається як нове слово, словосполучення або фразеологічна одиниця, що перебуває на стадії входження до мовної системи та ще не закріпилася в загальномовній або нормативній мові [38]. Сленгові неологізми, на відміну від загальномовних, зазвичай характеризуються підвищеною експресивністю, емоційною насиченістю та зниженим стилістичним статусом, що зумовлює їх специфічні функції в мовленні.

Термін «неологізм» уперше був зафіксований у французькій мові у 1735 році, а згодом запозичений англійською мовою зі значенням мовної інновації або нового виразу. У лінгвістичних дослідженнях неологізми розглядаються як мовні одиниці, тісно пов'язані з суспільним розвитком, які вирізняються структурною та семантичною новизною і усвідомлюються мовною спільнотою як нові [48]. У слензі цей зв'язок із соціальними процесами виявляється особливо виразно, оскільки сленгові новоутворення швидко реагують на зміни в культурі та комунікативних практиках.

У XVIII столітті ставлення до неологізмів часто було негативним: їх сприймали як загрозу «чистоті» мови та відхилення від усталених мовних норм. Проте подальший розвиток мовознавства довів, що оновлення лексичного складу є закономірним і необхідним процесом, який забезпечує здатність мови адекватно відобразити нові реалії суспільного життя, культури та пізнавальної діяльності людини.

Значний внесок у розвиток теорії неології зробили французькі лексикологи L. Deroo, B. Gardin, P. Gilbert, а також вітчизняні дослідники Ю. Зацний, А. Гармаш, С. Єнікеєва, Ю. Жлуктенко, М. Мозговий. Їхні праці заклали теоретичне підґрунтя для сучасних досліджень неологізмів, зокрема сленгових. Водночас зазначається, що навіть за умов активної появи нових

слів мовна спільнота не завжди одразу їх сприймає та засвоює, що зумовлено як когнітивною складністю нових значень, так і прагненням зберігати мовні традиції, закріплені у свідомості попередніх поколінь [30].

Згідно з усталеними підходами в лінгвістиці, неологізми розглядаються як закономірний результат динамічного розвитку мовної системи, що відображає її здатність гнучко реагувати на трансформації у політичному, економічному, соціальному та культурному житті суспільства. У процесі суспільних змін мова постійно поповнюється новими номінативними засобами, які забезпечують адекватне відображення нових реалій. В умовах сучасної комунікації особливо продуктивним середовищем для формування неологізмів стають веб-медіа, де мовні інновації виникають, поширюються та закріплюються значно швидше, ніж у традиційних формах мовлення. Сленгові неологізми, що активно функціонують у цифровому дискурсі, відіграють важливу роль у процесі оновлення лексичної системи, підвищуючи її гнучкість, адаптивність та експресивний потенціал [27].

Лексичний склад англійської мови, як і будь-якої іншої, є відображенням колективного історичного досвіду, соціокультурних процесів і комунікативних потреб її носіїв. У мові сучасних веб-медіа цей процес виявляється насамперед через інтенсивне використання сленгових неологізмів, що номінують нові явища інтернет-культури, соціальних мереж і цифрових практик. Такі одиниці, як *doomscrolling* (звичка безперервного перегляду негативного онлайн-контенту), *clickbait* (провокаційний заголовок із метою залучення переглядів) або *cancel culture* (форма публічного осуду в онлайн-просторі), не лише фіксують нові реалії інформаційного середовища, а й формують специфічну мовну картину світу користувачів веб-медіа. Через подібні лексеми актуалізуються соціальні оцінки, емоційні реакції та колективні уявлення, притаманні цифровій культурі.

Особливе місце у словотворчих процесах сучасної англійської мови посідає сленговий неологізм як специфічний різновид мовних новоутворень. Він вирізняється підвищеною динамічністю, експресивністю та

прагматичною зумовленістю, що безпосередньо пов'язано з потребою мовців швидко, лаконічно й емоційно насичено номінувати нові соціальні, культурні, технологічні та комунікативні явища. В умовах активного розвитку інтернет-дискурсу та веб-медіа сленгові неологізми стають ефективним інструментом мовної економії та впливу на аудиторію [29].

У сучасній лінгвістиці неологізм традиційно визначається як нова лексична одиниця або нове значення вже наявного слова, яке ще не повністю інтегроване до мовної системи, але активно функціонує в мовленні. За спостереженнями західних і українських дослідників, зокрема Д. Крістала, Ю. Зацного та Р. Махачашвілі, неологізми виникають унаслідок словотворчих, семантичних або прагматичних змін і відображають актуальні процеси розвитку суспільства. Таким чином, неологія постає як своєрідний індикатор змін у мовній та соціальній реальності.

Сленговий неологізм є різновидом неологізму, що формується в межах неофіційного, розмовного або медійного спілкування та характеризується виразною стилістичною маркованістю. Такі одиниці виконують експресивну, оцінну й ідентифікаційну функції, слугуючи засобом групової самоідентифікації мовців. У текстах сучасних веб-медіа сленгові неологізми широко використовуються для створення ефекту наближеності до аудиторії, передачі суб'єктивної оцінки подій і підвищення комунікативної привабливості повідомлення [22].

Зі структурного погляду сленгові неологізми англійської мови утворюються за допомогою загальнопродуктивних словотворчих моделей, однак їхня специфіка полягає в активному використанні скорочених, спрощених і комбінованих форм. Найпоширенішими способами творення сленгових неологізмів у мові веб-медіа є афіксація, словоскладання, конверсія, скорочення, аббревіація, телескопія та семантичне переосмислення. Компактність і формальна лаконічність таких одиниць відповідають вимогам швидкої та ефективної онлайн-комунікації.

Семантичні характеристики сленгових неологізмів визначаються передусім їхньою оцінністю та експресивністю. Значна частина цих одиниць має іронічне, жартівливе або саркастичне забарвлення, що зумовлено прагматичними цілями мовця та комунікативною ситуацією. У веб-медійному дискурсі сленгові неологізми часто виконують функцію семантичної компресії, коли складні соціальні процеси або явища передаються одним яскравим словом чи композитом.

Важливою рисою семантики сленгових неологізмів є її нестабільність і контекстуальна зумовленість. Значення таких одиниць може змінюватися залежно від комунікативної ситуації, соціального середовища, цільової аудиторії або конкретної платформи поширення інформації. Саме тому дослідження сленгових неологізмів потребує урахування не лише їхньої формальної структури, але й прагматичних чинників функціонування в текстах веб-медіа [42].

Ще однією характерною ознакою сленгових неологізмів є їхня обмежена часово-просторова стабільність. Частина таких одиниць швидко виходить з ужитку, залишаючись маркером певного етапу розвитку цифрової культури, тоді як інші поступово інтегруються до загальноживаної лексики та фіксуються в словникових джерелах. Як зазначають дослідники, саме сленгові неологізми є показником «живої» мови, яка безпосередньо реагує на суспільні трансформації.

Отже, сленговий неологізм можна визначити як структурно та семантично марковану лексичну одиницю, створену за продуктивними моделями словотворення, що функціонує переважно в неофіційному та медійному дискурсі, характеризується експресивністю, оцінністю та динамічністю значення. Аналіз таких одиниць у мові сучасних веб-медіа дозволяє глибше осмислити механізми розвитку англійської лексичної системи та специфіку взаємодії мови з цифровим комунікативним середовищем.

У лінгвістичній науці вироблено низку підходів до класифікації неологізмів, які ґрунтуються на різних критеріях, зокрема способах словотворення, стилістичному забарвленні, семантичних характеристиках і функціональному навантаженні нових одиниць. Різноманіття класифікацій пояснюється складною природою неологізмів, які поєднують мовні, соціальні та прагматичні чинники. Для аналізу сленгових неологізмів у мові сучасних веб-медіа особливого значення набувають типології, що враховують специфіку цифрового дискурсу, його орієнтацію на масову аудиторію, високий рівень експресивності та швидку зміну комунікативних трендів.

Згідно з поширеним у сучасній лінгвістиці підходом, виокремлюють чотири основні типи класифікації неологізмів [47]. Перший тип базується на виді мовної одиниці, що зазнає інноваційних змін. У цьому контексті розрізняють неолексеми – нові слова, які або запозичуються з інших мов, або створюються в межах інтернет-сленгу та цифрової культури. До цієї групи належать, зокрема, *stan* – фанат, який виявляє надмірну прихильність до публічної особи, або *ghosting* – раптове припинення онлайн-спілкування без пояснення причин. Такі одиниці швидко поширюються в веб-медіа завдяки соціальним мережам та масовій комунікації.

Окрім неолексем, виділяють неофраземи – нові стійкі словосполучення з ідіоматичним значенням, які часто мають яскраво виражене експресивне забарвлення. Прикладом є вираз *spill the tea*, що означає пліткування або розкриття сенсаційних подробиць. Ще одну групу становлять неосемеми – нові значення вже відомих слів. Так, прикметник *viral* у сучасному веб-дискурсі вживається не в медичному значенні, а для позначення контенту, що стрімко поширюється в інтернеті. У мові веб-медіа неосемеми є особливо продуктивними, оскільки дозволяють швидко адаптувати наявні лексеми до нових комунікативних потреб.

Другий тип класифікації передбачає розподіл неологізмів за ступенем новизни. Абсолютні або так звані «сильні» неологізми – це слова, які раніше не існували в мові та позначають принципово нові реалії, наприклад

*metaverse* або *deepfake*. Такі одиниці зазвичай виникають у відповідь на технологічні інновації та соціальні зміни. Натомість відносні або «слабкі» неологізми формуються шляхом переосмислення вже наявних лексичних одиниць. Показовим прикладом є слово *story*, яке в мові веб-медіа набуло значення короткого фото- або відеоповідомлення, що зникає через певний проміжок часу. До цієї групи також належать внутрішні запозичення, коли терміни з професійних або наукових сфер переходять у загальнономовний ужиток, як-от *algorithm*, яке активно використовується в медійному контексті для пояснення принципів роботи соціальних платформ [37].

Третій тип класифікації ґрунтується на характері позначуваної реальності. У мові веб-медіа сленгові неологізми можуть номінувати нові явища цифрового світу, наприклад *hashtag activism*, актуалізувати вже відомі поняття, надаючи їм нового соціального статусу (як-от *influencer*), або ж позначати гіпотетичні та віртуальні явища, наприклад *digital afterlife*. Подібні одиниці відображають не лише мовні, а й світоглядні зміни, пов'язані з розвитком цифрової культури.

Четвертий тип класифікації пов'язаний зі способом утворення неологізмів. У межах цього підходу виокремлюють запозичені сленгові одиниці (*emoji, meme*), словотвірні неологізми (*unfriend, selfie*) та семантичні новоутворення (*cloud* у значенні онлайн-сховища даних). Саме ці типи становлять основу лексики сучасних веб-медіа, забезпечуючи її гнучкість і адаптивність до нових комунікативних умов.

Окремої уваги заслуговує типологія неологізмів, запропонована І. Грицай [11], яка є особливо релевантною для аналізу інтернет-дискурсу. Дослідниця виокремлює семантичні інновації або переосмислення як один із найпродуктивніших типів неологізації. У мові веб-медіа прикметник *blue* часто використовується у значенні «сумний» (*to feel blue*), а іменник *bread* – у сленговому значенні «гроші». Подібні семантичні зсуви сприяють підвищенню емоційної насиченості повідомлень і забезпечують ефективний вплив на реципієнта.

Другу групу в межах цієї типології становлять трансномінації – нові назви для вже відомих понять. Наприклад, слово *big* може використовуватися замість *cancer*, а *soap opera* у веб-контексті замінюватися сленговим *sudser*. У мові веб-медіа такі одиниці виконують не лише номінативну, а й експресивну функцію, сприяючи стилістичному оновленню тексту та створенню ефекту неформальності.

Окрему групу утворюють власне неологізми, що поєднують нову форму та нове значення, зокрема *bio-computer*, *thought processor* або *audiotyping*. У сучасних веб-медіа до цієї групи також належать *cryptocurrency*, *blockchain* та *NFT*, які відображають принципово нові технологічні та економічні реалії цифрового світу.

З урахуванням способу утворення виокремлюють також фонологічні неологізми, що характеризуються незвичною звуковою формою та високим ступенем новизни. У веб-сленгу такими прикладами є *zizz* (короткий сон) або *sis-boombah*, які виникають шляхом звуконаслідування та мають яскраво виражений експресивний характер.

Запозичення відіграють особливо важливу роль у формуванні сленгових неологізмів веб-медіа. Такі одиниці не лише збагачують словниковий склад англійської мови, а й сприяють формуванню нових словотворчих моделей і варіантів. Показовим є приклад американізму *drug czar*, який згодом був адаптований у британському варіанті англійської мови як *drugs tsar* [41].

Окрім структурно-семантичних характеристик, важливим критерієм аналізу сленгових неологізмів у веб-медіа є тривалість їх функціонування. Частина таких одиниць має ситуативний характер і швидко зникає разом зі зміною медійних трендів (*YOLO*, *on fleek*), інші ж поступово закріплюються в мовній системі та стають її стабільними елементами (*hashtag*, *selfie*), тоді як деякі неологізми з часом перетворюються на своєрідні «історизми сучасності», що фіксують певний етап розвитку цифрової культури.

Отже, неологізми є закономірним результатом динамічного розвитку мовної системи та безпосередньо пов'язані із соціальними, культурними й технологічними змінами суспільства. Особливо продуктивним середовищем для їх виникнення та поширення виступають сучасні веб-медіа.

Встановлено, що сленгові неологізми є специфічним різновидом мовних новоутворень, які характеризуються експресивністю, стилістичною маркованістю, прагматичною зумовленістю та нестабільністю значення. Аналіз наукових класифікацій засвідчив багатовимірність підходів до типологізації неологізмів, зокрема за видом мовної одиниці, ступенем новизни, характером позначуваної реалії та способом утворення.

Окрему увагу було приділено ролі семантичних інновацій, трансномінацій, запозичень і фонологічних неологізмів у мові веб-медіа, що підтверджує високий рівень креативності та адаптивності сучасної англійської мови. Отримані теоретичні положення створюють підґрунтя для подальшого аналізу структурних і семантичних особливостей сленгових неологізмів у практичному матеріалі веб-медіа, що буде здійснено в наступних розділах роботи.

## **1.2. Структурно-семантичні характеристики сленгових неологізмів**

Сленгові неологізми в англійській мові є яскравим відображенням сучасної динаміки цифрового простору та глибоких соціокультурних трансформацій, що відбуваються під впливом глобалізації, розвитку інформаційних технологій, соціальних мереж і масової інтернет-культури. Вони виникають як природна мовна реакція на потребу носіїв мови у швидкому, лаконічному та водночас експресивному позначенні нових явищ, емоційних станів, моделей поведінки й культурних трендів, які не мають усталених відповідників у стандартній мові. Саме тому сленгові неологізми часто випереджають нормативну лексику та слугують індикатором мовних і соціальних змін.

Ці лексичні одиниці характеризуються високим рівнем динамічності та нестабільності. Вони швидко з'являються у мовленні користувачів соціальних платформ, змінюють семантичні відтінки залежно від контексту та можуть зникати разом зі зміною культурних або соціальних умов. Така мінливість робить сленгові неологізми унікальним об'єктом для лінгвістичного аналізу, оскільки вони дозволяють простежити взаємозв'язок між мовою, технологіями та колективною свідомістю сучасного суспільства.

Зі структурного погляду сленгові неологізми демонструють широкий спектр словотворчих механізмів, які забезпечують швидке та ефективне оновлення лексичного складу мови. Одним із найпродуктивніших способів є афіксація, тобто приєднання префіксів, суфіксів або інфіксів до основи слова з метою формування нового значення. Так, префікс *un-* у слові *unfriend* («позбавити статусу “друга” у соціальній мережі») надає дієслову негативної семантики та відображає специфіку цифрових соціальних відносин. Суфікс *-ify*, як у слові *deepfakify*, утворює дієслово від іменника та позначає процес створення або модифікації медіаконтенту за допомогою технологій *deepfake*. Афіксація є зручною та продуктивною моделлю, що дозволяє мовцям оперативно формувати нові лексеми, що є особливо актуальним у середовищі цифрових комунікацій із високою швидкістю обміну інформацією.

Важливе місце у структурі сленгових неологізмів посідають скорочення та аббревіатури, які виникають як засіб мовної економії та оптимізації комунікації в онлайн-просторі. До найбільш уживаних прикладів належать *LOL* (*laugh out loud* – «сміюся вголос»), *FOMO* (*fear of missing out* – «страх пропустити щось важливе»), *YOLO* (*you only live once* – «живеш лише раз»), *TL;DR* (*too long; didn't read* – «занадто довго; не читав»). Такі одиниці виконують не лише номінативну функцію, а й важливу емоційну та соціальну роль, оскільки сприяють швидкому вираженню ставлення мовця, емоційної реакції або оцінки інформації. Крім того, використання аббревіатур часто слугує маркером приналежності до певної вікової, соціальної або культурної групи. Зокрема, молодіжна аудиторія активно застосовує *FOMO* і *YOLO* у

середовищі TikTok та Instagram як елементи самопрезентації та цифрової ідентичності [39].

Окрему групу становлять складні слова та фразеологічні конструкції, які набувають нових значень у межах веб-культури [4]. Наприклад, вираз *throw shade* («кидати тінь») використовується для позначення завуальованої критики або іронічних зауважень, тоді як *spill the tea* («розливати чай») означає поширення пліток або сенсаційної інформації. Подібні одиниці демонструють когнітивну гнучкість мови, адже їхнє значення формується метафорично та значною мірою залежить від культурного й дискурсивного контексту. Ще одним прикладом є конструкція *main character energy*, яка активно використовується у TikTok та Instagram для опису людини, що поводить ся так, ніби вона є головним героєм власного життя. Такі фразеологічні неологізми відображають прагнення користувачів до самовираження та інтерпретації повсякденного досвіду через призму медіакультури.

Запозичення з інших мов також відіграють помітну роль у формуванні сленгових неологізмів у цифровому просторі. Наприклад, японське *kawaii* («миловидний, симпатичний») або корейське *oppa* («старший брат» із романтичним або емоційним відтінком у фан-культурі) активно функціонують у соціальних мережах і мем-культурі. Такі лексеми зазнають семантичної адаптації та набувають нових відтінків значення в англomовному середовищі. Подібні запозичення підкреслюють глобальний і мультикультурний характер сучасного інтернет-сленгу, в якому мовні кордони поступово стираються.

З семантичного погляду сленгові неологізми характеризуються багатшаровістю значень, високим рівнем експресивності та прагматичної насиченості. Вони здатні передавати широкий спектр емоційних оцінок – від іронії й гумору до критики та соціального осуду. Наприклад, слово *ghosting* позначає раптове припинення комунікації без пояснення причин і часто має негативне або емоційно забарвлене значення, тоді як *stan* сигналізує про

фанатську відданість і приналежність до певної субкультури. Семантика подібних одиниць формується через метафоризацію, метонімію та культурні алюзії: *no cap* («без перебільшення, чесно») походить з афроамериканського сленгу, а *ship* («підтримувати романтичну пару») – із фанатських онлайн-спільнот.

Не менш важливою є прагматична функція сленгових неологізмів, яка проявляється у здатності цих одиниць формувати ефект групової ідентичності, соціальної близькості або, навпаки, дистанціювання. У цифрових медіа сленг часто виконує роль маркера «свій – чужий», сигналізуючи про рівень залученості користувача до певної спільноти. Наприклад, у *Twitter* або *Instagram* слово *flex* може означати «демонструвати статус» або «хвалитися», однак його прагматичне значення змінюється залежно від контексту та інтенції мовця. У такий спосіб сленгові неологізми забезпечують гнучкість і багатозначність цифрової комунікації, дозволяючи учасникам спілкування швидко передавати оцінки, емоції та підтримувати специфічні соціальні норми й мовні коди веб-спільнот [26].

Ключовою характеристикою сленгових неологізмів у цифровому дискурсі є також контекстна динамічність, що означає здатність однієї й тієї самої лексичної одиниці набувати різних значень залежно від платформи, часових меж функціонування та характеристик аудиторії. Значення таких слів не є фіксованим, а формується у процесі взаємодії мовців у конкретному комунікативному середовищі. Наприклад, *sus* спершу виник як скорочення від *suspicious* («підозрілий») у відеоігрових спільнотах на Twitch, де позначав нечесну або підозрілу поведінку гравців. Згодом ця одиниця стала активно використовуватися в TikTok та мем-культурі серед молоді як універсальний маркер будь-якої дивної, сумнівної або соціально неприйнятної дії. Таким чином, семантична еволюція сленгового неологізму демонструє його адаптивність до різних комунікативних середовищ.

Однією з важливих структурно-семантичних рис сленгових неологізмів є їхня здатність до семантичної компресії. За допомогою одного слова або

короткої конструкції передається складний соціальний, емоційний або культурний зміст, який у традиційній мові потребував би розгорнутого опису. Такі одиниці дозволяють користувачам ефективно комунікувати в умовах обмеженого часу та простору, характерних для цифрових платформ. Наприклад, слово *cringe* охоплює широкий спектр емоцій – від ніяковості до соціального осуду. Семантична ємність подібних слів забезпечує їхню високу частотність у веб-медіа. Водночас це ускладнює їх однозначну інтерпретацію поза конкретним контекстом.

Варто також зазначити, що сленгові неологізми часто функціонують як маркери оцінності та суб'єктивності. Вони рідко є нейтральними з погляду семантики, оскільки зазвичай містять позитивну або негативну оцінку. Через це такі одиниці активно використовуються у публіцистичних та напівпублічних жанрах веб-медіа, зокрема у блогах, коментарях і соціальних мережах. Наприклад, слова *woke*, *cancelled* або *based* несуть чітко виражене ідеологічне або емоційне навантаження. Їхнє значення може змінюватися залежно від позиції мовця та контексту використання.

Ще однією особливістю є тісний зв'язок сленгових неологізмів із візуальним та мультимодальним контекстом цифрової комунікації. У веб-медіа значення слова часто підсилюється або модифікується зображеннями, відео, емодзі чи мемами. У такому середовищі лексична одиниця перестає існувати ізольовано та стає частиною комплексного семіотичного простору. Наприклад, слово *mood* у поєднанні з відповідним зображенням або GIF може передавати складний емоційний стан без додаткових пояснень. Це свідчить про зміну традиційного уявлення про слово як автономну одиницю. У цифровому дискурсі воно функціонує у взаємодії з іншими знаковими системами.

Сленгові неологізми також демонструють тенденцію до стилістичної гібридності. Вони поєднують елементи розмовної мови, молодіжного жаргону, професійної лексики та масової культури. Така гібридність зумовлена змішуванням різних типів дискурсу у веб-медіа, де особисте,

публічне та медійне часто переплітаються. Наприклад, терміни з IT-сфери активно проникають у повсякденне мовлення користувачів. У результаті формується новий тип лексики, який не підпадає під традиційні стилістичні класифікації. Це ускладнює їхнє лексикографічне описання.

Зі структурного боку сленгові неологізми часто порушують класичні норми словотвору та граматики. Вони можуть мати нестандартну морфологічну будову, незвичне поєднання частин мови або відсутність чіткої граматичної категорії. Наприклад, багато слів у веб-сленгу можуть функціонувати і як іменники, і як дієслова без формальних змін. Подібна багатофункціональність забезпечує мовну економію та підвищує гнучкість комунікації. Водночас це створює труднощі для традиційного граматичного аналізу.

Особливу роль у семантичному наповненні сленгових неологізмів відіграє іронія. Багато таких одиниць створюються або використовуються з іронічним, пародійним або навіть саркастичним наміром. Іронічне переосмислення дозволяє мовцям дистанціюватися від теми або висловити критичне ставлення до соціальних явищ. Наприклад, деякі неологізми виникають як жарт або мем, але з часом закріплюються у мовленні. У таких випадках первинна іронічність може частково втрачатися. Проте навіть тоді слово зберігає експресивний потенціал.

Семантика сленгових неологізмів часто є колективним продуктом мовної творчості. На відміну від традиційних лексичних одиниць, вони не мають чіткого автора, а формуються в результаті багаторазового використання та переосмислення різними користувачами. Соціальні мережі створюють умови для швидкого поширення та модифікації таких слів. Кожен новий контекст може додавати додаткові відтінки значення. У такий спосіб семантика неологізму постійно еволюціонує.

Важливим аспектом є також часовий вимір функціонування сленгових неологізмів. Деякі з них мають короткий життєвий цикл і зникають разом із трендом або інформаційним приводом. Інші ж поступово стабілізуються та

переходять у ширший ужиток. У такому випадку вони можуть втрачати статус сленгових і ставати частиною загальноживаної лексики. Цей процес свідчить про проникнення інтернет-дискурсу в інші сфери мовлення.

Сленгові неологізми також відіграють значну роль у формуванні цифрової ідентичності. Використання певних лексичних одиниць дозволяє мовцям ідентифікувати себе як частину конкретної спільноти або культурного простору. Мовний вибір стає способом самопрезентації та соціального позиціонування. У цьому контексті сленг виконує не лише комунікативну, а й символічну функцію. Він відображає цінності, погляди та культурні орієнтири користувачів. Це робить сленгові неологізми важливим об'єктом соціолінгвістичних досліджень.

Таким чином, структурно-семантичні характеристики сленгових неологізмів охоплюють морфологічні, лексичні та граматичні особливості, багатозначність, експресивність, прагматичну спрямованість, соціокультурне й цифрове забарвлення, а також залежність значення від контексту. Аналіз цих одиниць дозволяє не лише простежити механізми словотвору в сучасній англійській мові, а й глибше зрозуміти роль сленгових неологізмів у формуванні цифрової комунікації, соціальної ідентичності та культурних практик англомовних користувачів. Системне дослідження таких явищ є ключовим для розвитку сучасної лінгвістики, медіалінгвістики та аналізу мовних процесів в інтернет-просторі.

### **1.3. Функції сленгових неологізмів у сучасній англомовній комунікації**

Сленгові неологізми посідають важливе місце в системі сучасної англомовної комунікації, особливо в умовах цифровізації та стрімкого розвитку веб-медіа. Інтенсивне поширення соціальних мереж, онлайн-платформ і мультимодальних форматів спілкування зумовлює постійне оновлення лексичного складу мови та появу нових засобів мовної експресії. У такому середовищі сленгові неологізми виконують не лише номінативну

функцію, а й стають інструментами соціальної взаємодії, емоційного впливу та культурної самоідентифікації. Їх функціонування тісно пов'язане з прагматикою мовлення та специфікою сучасного цифрового дискурсу.

Однією з базових функцій сленгових неологізмів є емотивна або експресивна функція, яка полягає у передачі емоційного стану мовця та його оцінного ставлення до подій, осіб чи явищ. У межах цієї функції сленгові одиниці здатні виражати широкий спектр емоцій — від захоплення і радості до іронії, роздратування чи осуду [31]. Наприклад, лексеми *lit*, *salty* або *savage* не лише називають певний стан чи характеристику, а й створюють яскраве емоційне тло висловлювання. Використання таких слів підсилює вплив повідомлення на адресата та сприяє швидшому встановленню емоційного контакту. У цифровій комунікації, де невербальні засоби обмежені, ця функція набуває особливої ваги.

Не менш значущою є соціально-маркерна або групоідентифікаційна функція сленгових неологізмів. Вона полягає у здатності мовних одиниць сигналізувати про належність мовця до певної соціальної, вікової, професійної чи культурної спільноти. Використання сленгу демонструє обізнаність із внутрішніми кодами групи та спільний культурний досвід її членів. Так, у фанатських онлайн-спільнотах активно вживаються слова *stan*, *ship*, *fanfic*, які виконують роль своєрідних «паролів» і маркерів включеності в спільноту. Завдяки цьому сленгові неологізми сприяють формуванню відчуття групової солідарності та соціальної близькості.

Прагматична функція сленгових неологізмів проявляється у їхній здатності регулювати перебіг комунікації та впливати на сприйняття повідомлення адресатом. Такі одиниці допомагають мовцеві керувати увагою співрозмовника, задавати тон розмови або змінювати комунікативну стратегію. Наприклад, використання вислову *spill the tea* створює інтерактивну атмосферу та запрошує до неформального обміну інформацією. Аналогічно, слово *flex* може бути інтерпретоване як демонстрація статусу, іронічне самовихваляння або критичний коментар залежно від контексту.

Таким чином, сленгові неологізми стають гнучкими інструментами прагматичного впливу.

Важливою складовою є гумористична та іронічна функція сленгових неологізмів, яка широко реалізується в мемах, коротких відео, коментарях та постах у соціальних мережах [17]. Завдяки нестандартній формі або несподіваному значенню такі одиниці створюють комічний ефект і сприяють розрядженню комунікативної напруги. Наприклад, слово *yeet* або іронічне вживання *ghosting* часто використовується для гіперболізації ситуацій. У результаті серйозні соціальні або міжособистісні явища можуть подаватися у жартівливому чи саркастичному ключі. Це свідчить про тісний зв'язок сленгу з креативною та ігровою природою цифрового дискурсу.

Когнітивна функція сленгових неологізмів полягає у формуванні нових концептів і способів осмислення реальності. Через компактні та образні мовні форми вони допомагають структурувати складні соціальні процеси й явища [34]. Наприклад, термін *cancel culture* узагальнює багатовимірне явище публічного осуду та соціального виключення в інтернет-просторі. Подібні одиниці виконують роль концептуальних маркерів, які полегшують колективне осмислення нових реалій. У такий спосіб мова не лише відображає дійсність, а й активно бере участь у її конструюванні.

Сленгові неологізми також виконують стилістичну функцію, сприяючи формуванню неформального, розмовного або молодіжного стилю мовлення. У веб-медіа вони використовуються для скорочення дистанції між автором і аудиторією, створення ефекту «живого» спілкування та підвищення привабливості контенту. Такий стиль особливо характерний для *Twitter*, *TikTok*, *Instagram* та *YouTube*. Завдяки сленгу повідомлення сприймається як більш автентичне та близьке до реального мовлення користувачів. Це підсилює довіру до автора та сприяє залученню аудиторії.

Окремо варто виокремити творчу функцію сленгових неологізмів, яка проявляється у мовній грі, експериментуванні з формою та значенням. Користувачі цифрових платформ активно створюють нові слова, комбінують

існуючі елементи та надають їм нестандартних значень. Приклади *simp*, *simping* або похідних форм свідчать про високу продуктивність сленгу як творчого ресурсу мови. Такі одиниці швидко поширюються, стають вірусними та закріплюються в мовленні. Це підкреслює роль користувачів як активних учасників мовотворення.

Не менш важливою є адаптивна функція сленгових неологізмів, яка забезпечує гнучке реагування мови на зміни в суспільстві та технологіях. Завдяки сленгу мова здатна оперативно інтегрувати нові поняття, явища та соціальні практики. Це особливо актуально в умовах швидких трансформацій цифрового простору. Сленгові одиниці дозволяють мовцям ефективно орієнтуватися в нових комунікативних реаліях. У результаті вони стають важливим інструментом мовної адаптації.

Окрім уже окреслених функцій, сленгові неологізми відіграють важливу роль у процесі оптимізації комунікації, що особливо помітно в умовах інформаційного перенасичення сучасного медіапростору. Вони дозволяють мовцям передавати складні смисли у стислій, лаконічній формі, не вдаючись до розгорнутих пояснень. Така економія мовних засобів є надзвичайно важливою для форматів коротких повідомлень, коментарів і заголовків у веб-медіа. Сленгові одиниці часто виступають своєрідними «семантичними маркерами», які миттєво активують у свідомості адресата потрібний набір асоціацій. У результаті комунікація стає швидшою та ефективнішою. Це підтверджує функціональну доцільність сленгових неологізмів у цифровому середовищі.

Суттєвою є також роль сленгових неологізмів у процесах інтертекстуальності та міжмедійної взаємодії. Багато сленгових одиниць виникають як реакція на популярні мему, відео, серіали або музичні тренди, а їхнє використання передбачає спільне культурне знання між учасниками комунікації. Таким чином, сленгові неологізми стають інструментами посилення на ширший культурний контекст. Вони забезпечують зв'язок між різними текстами, платформами та формами медіаконтенту. У цьому аспекті

сленг виконує функцію культурного кодування. Без володіння цим кодом повноцінне розуміння повідомлення часто стає неможливим.

Важливою функцією сленгових неологізмів є також їхня здатність впливати на інтерпретацію інформації та формування оцінних суджень. Завдяки експресивності й образності такі одиниці можуть спрямовувати сприйняття події в потрібному для мовця напрямі. Наприклад, нейтральна подія, описана через сленговий неологізм із негативною конотацією, автоматично набуває критичного або іронічного забарвлення. Таким чином, сленг стає інструментом мовної маніпуляції. Особливо активно ця функція реалізується в публіцистичних текстах, заголовках і коментарях. Це підкреслює вплив сленгових неологізмів на формування громадської думки.

У межах цифрового дискурсу сленгові неологізми виконують також адаптаційно-інтегративну функцію. Вони полегшують включення нових користувачів у мовну спільноту певної платформи або онлайн-групи. Опанування актуального сленгу є своєрідним показником «включеності» та цифрової грамотності. Через це сленг виступає не лише мовним, а й соціальним інструментом інтеграції. Водночас незнання або неправильне використання сленгових неологізмів може маркувати мовця як «аутсайдера». Таким чином, сленг регулює межі спільноти.

Ще однією функцією сленгових неологізмів є інноваційно-мотиваційна, що проявляється у стимулюванні мовної творчості користувачів. Цифрове середовище заохочує експерименти зі словом, що призводить до появи численних варіантів, модифікацій і гібридних форм. Сленгові одиниці часто стають основою для подальших словотворчих процесів. Таким чином, вони виконують роль «тригерів» мовних інновацій. Це сприяє постійному оновленню лексичної системи. У результаті мова демонструє високу адаптивність і динамічність.

Не менш значущою є функція емоційної компенсації, яку сленгові неологізми виконують у цифровій комунікації. В умовах відсутності безпосереднього контакту вони допомагають компенсувати нестачу

невербальних сигналів. Завдяки сленгу мовці можуть точніше передати інтонацію, настрій або ставлення до співрозмовника. Це особливо актуально для асинхронних форм спілкування. У такому контексті сленг виконує роль емоційного маркера. Його використання сприяє зниженню комунікативних бар'єрів.

Сленгові неологізми також виконують функцію актуалізації соціальних проблем і явищ. Через компактні та виразні форми вони дозволяють швидко привертати увагу до важливих тем. Такі одиниці часто стають частиною публічних дискусій у веб-медіа. Вони слугують інструментами номінації нових соціальних практик або форм поведінки. У такий спосіб мова реагує на суспільні виклики. Це підтверджує тісний зв'язок сленгу з соціальними процесами.

Окремо слід відзначити роль сленгових неологізмів у формуванні медійного іміджу мовця. Використання актуального сленгу може сприяти створенню образу «свого», сучасного та обізнаного користувача. У той же час надмірне або штучне використання сленгових одиниць може сприйматися негативно. Таким чином, сленг виконує функцію іміджевого регулювання. Він допомагає мовцям адаптувати стиль мовлення до очікувань аудиторії. Це особливо важливо для публічних осіб і брендів у соціальних мережах.

У контексті міжкультурної комунікації сленгові неологізми виконують функцію маркування культурної специфіки. Багато з них містять елементи локального культурного досвіду, які можуть бути незрозумілими для представників інших культур. Водночас глобальні платформи сприяють поширенню таких одиниць за межі первинного культурного середовища. У результаті сленг стає інструментом як культурної диференціації, так і культурного обміну. Це підкреслює складний характер функціонування сленгових неологізмів у глобальному просторі.

Нарешті, сленгові неологізми виконують функцію мовної актуалізації часу, фіксуючи певний етап розвитку цифрової культури. Вони відображають

тимчасові тренди, настрої та соціальні пріоритети. Частина таких одиниць зникає разом із відповідним контекстом, інші ж інтегруються в загальноживану мову. У цьому сенсі сленг виступає своєрідним «хронікером» сучасності. Аналіз цих одиниць дозволяє простежити еволюцію мовної картини світу. Саме тому сленгові неологізми мають значну дослідницьку цінність.

Отже, сленгові неологізми у сучасній англomовній комунікації виконують багатофункціональну роль, що виходить далеко за межі простої номінації нових явищ. Вони слугують засобами емоційної експресії, соціальної ідентифікації, прагматичного впливу, когнітивного осмислення реальності та мовної творчості. У цифровому середовищі ці одиниці забезпечують ефективність, динамічність і адаптивність комунікації, водночас відображаючи соціокультурні процеси та зміни. Аналіз функцій сленгових неологізмів дозволяє глибше зрозуміти механізми розвитку сучасного англomовного дискурсу та специфіку взаємодії мови з цифровою культурою, що робить їх важливим об'єктом подальших лінгвістичних досліджень.

#### **1.4. Способи перекладу англійських неологізмів**

Неологізми виникають із чітко визначеною функціональною метою, передусім для посилення експресивності мовлення та точнішого відображення нових соціокультурних і технологічних реалій. Їхня унікальність полягає у здатності передавати свіжі концепти та емоційні стани, які ще не мають усталених лексичних еквівалентів у мові перекладу. Однією з основних труднощів, що постає під час перекладу таких одиниць, є адекватне відтворення значення новоствореної лексеми, з одночасним збереженням її експресивного та функціонального забарвлення. Часто перекладач у момент першого контакту з неологізмом не має достатніх знань про позначуване поняття, що ускладнює процес інтерпретації. Тому визначення значення слова зазвичай здійснюється на основі контексту, який

стає вирішальним чинником при письмовому перекладі, адже він надає найбільш повну інформацію для декодування смислу нової лексики.

Т. Данкевич виокремлює два основні етапи перекладу англомовних неологізмів українською. Перший етап полягає у з'ясуванні значення неологізму, що здійснюється через звернення до сучасних англомовних тлумачних та енциклопедичних словників, а також шляхом аналізу словотвірної структури та контексту вживання слова. Другий етап передбачає безпосередню передачу значення засобами української мови, із застосуванням таких прийомів, як транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад або пряме включення [12]. Ця двоступенева методика дозволяє систематично підходити до відтворення неологізмів, забезпечуючи баланс між точністю та функціональною адекватністю перекладу.

На думку І. Козаченка, найбільш поширеним способом відтворення нових лексичних утворень є описовий або пояснювально-описовий переклад [25]. Він дозволяє деталізовано передати значення слова, яке не має прямого українського відповідника, хоча іноді це призводить до розгортання довгих конструкцій, що потребують додаткової стилістичної адаптації. Особливо складними для перекладу є неологізми безеквівалентної лексики, коли відсутні навіть приблизні семантичні аналоги. У межах контекстного аналізу виділяють вузький (мікроконтекст) і широкий (макроконтекст), що дозволяє уточнювати значення слова на різних рівнях тексту. Лексичний контекст охоплює сукупність слів та стійких словосполучень, у середовищі яких функціонує неологізм, а синтаксичний контекст допомагає визначити його граматичну залежність, проте вирішальним для розуміння семантики залишається саме лексичне оточення [45, 46, 51, 52].

Переважає більшість нових слів формується на основі вже існуючих у мові лексем і морфем, що дає змогу перекладачеві шляхом словотвірного аналізу наблизитися до розуміння значення неологізму. З огляду на це особливої ваги набуває знання базових способів словотворення в англійській мові, що включають афіксацію, конверсію, словоскладання, скорочення та

семантичне переосмислення. Такий підхід дозволяє не лише ідентифікувати значення слова, а й вибрати найефективніший прийом перекладу.

Серед основних способів перекладу, що традиційно виокремлюють дослідники, першим є транслітерація та транскрипція. Транслітерація ґрунтується на передачі графічної форми слова та полягає у відтворенні літер оригіналу засобами мови перекладу. Вона широко застосовується для передачі власних назв (*Elliot* – Елліот), географічних найменувань (*Salt Lake City* – Солт-Лейк-Сіті) та реалій суспільного життя і побуту (*briefing* – брифінг, *lobby* – лоббі). Транскрипція базується на фонетичному принципі й передбачає передачу звучання слова українським письмом (*establishment* – істеблішмент, *superman* – супермен, *summit* – саміт), що робить її доцільною для термінів і власних назв, а також нових слів типу *brandalism* – брендалізм [33].

Другим поширеним методом є калькування, що полягає в буквальному перекладі складових компонентів слова з одночасним збереженням внутрішньої форми. Цей прийом особливо ефективний для складних неологізмів і дозволяє зберегти прозорість і лаконічність перекладу. Наприклад, *multicurrency* утворене від компонентів *multi* («багато») та *currency* («валюта») й відповідає українському прикметнику «багатовалютний». Калькування допомагає передати структурну та семантичну логіку слова, зберігаючи його сприйняття максимально близьким до оригіналу.

Описовий переклад реалізується через детальне пояснення основних семантичних компонентів неологізму [15]. Наприклад, *Piggybacking* тлумачиться як отримання незаконного доступу до комп'ютера чи терміналу з метою здійснення злочинних дій, а *Arab Spring* – Арабська весна – позначає революційні події у низці арабських країн. Попри високу інформативність, такий спосіб часто характеризується багатослівністю та потребує перевірки наявності вже усталеного відповідника.

Сучасні тенденції перекладу передбачають також пряме включення, коли слово подається в оригінальній графічній формі (*iPad, iPod, Apple*). Цей метод застосовується, якщо інші способи не забезпечують адекватного відтворення значення. Поширеним є комбінований варіант, коли англійська основа поєднується з українським компонентом, наприклад *web*-сторінка. Подібні прийоми відображають прагнення перекладача зберегти функціональну цінність і впізнаваність неологізму в тексті перекладу.

Приблизний переклад, за визначенням І. Корунець, передбачає використання мовної одиниці, яка лише частково відповідає безеквівалентній одиниці мови оригіналу [28]. У цьому разі зберігається загальне значення слова, проте втрачаються окремі конотативні відтінки, як у випадках *nerd* – неприємна людина, *buddy* – друг, *scumbag* – покидьок. Незважаючи на певні втрати, цей метод є допустимим у разі відсутності альтернатив.

Окрему групу становлять квазібезперекладні способи, що передбачають запозичення графічної або звукової форми слова разом із його значенням. Хоча такі прийоми виглядають як «безперекладні», насправді вони виконують перекладацьку функцію, оскільки запозичене слово стає повноцінною одиницею мови перекладу [3].

Т. Данкевич наголошує на важливості врахування прагматичного аспекту перекладу неологізмів, зокрема соціокультурних і національних конотацій, підкреслюючи, що процес перекладу має базуватися на взаємодії прагматичних компонентів адресанта, адресата та перекладача [12].

Неологізми формуються за моделями вже існуючих у мові слів із використанням регулярних словотворчих процесів, таких як конверсія, афіксація, компресія, аббревіація, дезафіксація, словоскладання та семантичне переосмислення. Одним із найпродуктивніших способів є афіксація, яка передбачає використання префіксів і суфіксів для модифікації або уточнення значення слова [9]. Прикладом є дієслово *delawyer*, утворене від **lawyer** із префіксом *de-*, а також іменник *delawyerization* із суфіксом *-ization*.

Серед активних префіксів виділяють *anti-*, *co-*, *de-*, *non-*, *post-*, *re-*, *sub-*, *un-*, а до відносно нових суфіксів належать *-gate* і *-holic*. Суфікс *-holic*, похідний від слова *alcoholic* («алкоголік»), надає значення залежності або надмірного захоплення, як у словах *shopaholic* і *politicoholic*.

Скорочення відображає прагнення до мовної економії та є продуктивним способом словотворення. Найпоширенішим типом скорочення є апокопа, проте трапляються аферезис і синкопа. Аббревіатури та акроніми можуть функціонувати як різні частини мови (*AC/DC*, *ETS*), при цьому акроніми вимовляються як цілі слова, наприклад *WASP* – *White Anglo-Saxon Protestants*.

Особливе місце серед словотворчих процесів займає контамінація або телескопія – утворення нових слів шляхом злиття основ двох лексем. Прикладами є *Bradgelina* (*Brad* + *Angelina*) або *Masheen* (*Charlie Sheen* + *machine*). Телескопізми виконують низку функцій: економію мовних засобів, створення комічного або експресивного ефекту, мовну гру, а також сугестивний вплив і спрощення сприйняття складних понять [35].

Окрім зазначених способів перекладу, важливе місце посідає контекстуальний переклад, за якого значення неологізму передається не прямим відповідником, а через адаптацію до конкретної комунікативної ситуації. У такому разі перекладач орієнтується не лише на словникове значення, а й на прагматичний ефект, який слово справляє на адресата. Контекстуальний переклад є особливо актуальним для сленгових і розмовних неологізмів. Часто він поєднується з елементами описового або приблизного перекладу. Це дозволяє зберегти функціональну адекватність тексту. Водночас такий підхід вимагає високого рівня мовної інтуїції перекладача.

У перекладі неологізмів важливу роль відіграє також жанрова специфіка тексту. У художніх і публіцистичних текстах перекладач має більше свободи у виборі трансформацій. Натомість у наукових та офіційно-ділових текстах перевага надається точності та термінологічній стабільності. У цих випадках частіше використовуються калькування або пряме

включення. Жанр визначає допустимий рівень експресивності перекладу. Тому вибір перекладацького прийому завжди має бути функціонально вмотивованим.

Суттєвим чинником перекладу англійських неологізмів є ступінь їх усталеності в мові оригіналу. Тимчасові або ситуативні неологізми зазвичай потребують пояснювального перекладу. Натомість стабільні й поширені одиниці можуть передаватися шляхом запозичення або калькування. Перекладачеві важливо оцінити, чи має слово потенціал закріпитися в мові перекладу. У разі помилкової оцінки можливе створення невиправдано складних або незрозумілих форм. Таким чином, переклад неологізмів пов'язаний із прогнозуванням мовної динаміки.

Окрему складність становить переклад сленгових і розмовних неологізмів, які часто мають яскраво виражене стилістичне та емоційне забарвлення. У таких випадках буквальний переклад зазвичай не забезпечує адекватності. Перекладач змушений добирати функціонально рівноцінні засоби української мови. Важливо зберегти не лише зміст, а й емоційний вплив. Часто це досягається шляхом стилістичної компенсації. Такий підхід дозволяє уникнути втрати комунікативного ефекту.

У процесі перекладу неологізмів значну роль відіграє також адресат перекладу. Очікування цільової аудиторії визначають ступінь допустимої іншомовності тексту. Для фахової аудиторії можливе використання запозичень без додаткових пояснень. Натомість для масового читача необхідно забезпечити зрозумілість і доступність. У цьому контексті описовий переклад набуває особливої ваги. Орієнтація на адресата є ключовим принципом перекладацької діяльності.

Переклад неологізмів у медіатекстах часто пов'язаний із необхідністю збереження динаміки й виразності оригіналу. Заголовки, слогани та рекламні тексти вимагають особливої уваги до стилістичного ефекту. У таких випадках можливе свідоме відхилення від буквальної передачі значення. Перекладач може створювати нові лексичні одиниці в мові перекладу. Таким

чином, переклад набуває рис вторинного словотворення. Це підкреслює креативний характер перекладацької діяльності.

У перекладацькій практиці нерідко застосовується комбінування кількох способів перекладу одного неологізму. Наприклад, запозичене слово може супроводжуватися пояснювальним компонентом. Такий підхід є доцільним на початкових етапах входження неологізму в мову перекладу. Згодом пояснювальний елемент може зникати. Це свідчить про поступову адаптацію слова. Комбіновані стратегії дозволяють поєднати точність і зрозумілість.

Особливу увагу слід приділити перекладу неологізмів, пов'язаних із цифровими технологіями та інтернет-комунікацією. Такі одиниці часто мають високу частотність і швидко поширюються. Перекладач має враховувати вже наявні варіанти перекладу в медіапросторі. Ігнорування усталеної практики може призвести до комунікативних збоїв. Тому аналіз актуального мовного вжитку є необхідною умовою адекватного перекладу. Це особливо актуально для сучасного англомовного дискурсу.

Неологізми з яскраво вираженим культурним компонентом становлять окрему перекладацьку проблему. Вони часто відображають специфічні реалії, не притаманні культурі мови перекладу. У таких випадках перекладач має обирати між збереженням іншомовної специфіки та адаптацією. Кожне з рішень має свої переваги й недоліки. Вибір залежить від мети перекладу. Таким чином, переклад неологізмів тісно пов'язаний із міжкультурною комунікацією.

Отже, переклад англійських неологізмів вимагає від перекладача глибокого розуміння їхньої семантики, словотворчої структури та прагматичних особливостей уживання. Залежно від типу неологізму, контексту та цільової аудиторії застосовуються різні способи перекладу: транскрипція, транслітерація, калькування, описовий, приблизний, контекстуальний переклад і пряме включення. Жоден із цих способів не може вважатися універсальним, оскільки вибір перекладацької стратегії

завжди є функціонально зумовленим. Комплексний і гнучкий підхід дозволяє досягти адекватної передачі значення та зберегти комунікативний ефект оригіналу. Таким чином, переклад неологізмів постає як творчий і аналітичний процес, що відображає динаміку сучасної мови та міжкультурної взаємодії.

### **Висновки до першого розділу**

Перш за все, проведений аналіз показав, що сленгові неологізми є динамічними мовними одиницями, які відображають швидкоплинність сучасної цифрової культури та соціокультурних трансформацій англomовного середовища. Їхнє виникнення зумовлено потребою мовців у точнішому та експресивнішому позначенні нових явищ, емоційних станів, технологічних концептів і соціальних практик, які не мають усталених лексичних відповідників у стандартній мові. Класифікації неологізмів, що враховують морфологічну структуру, стилістичне забарвлення, функціональні особливості та рівень новизни, дозволяють систематизувати ці одиниці та підкреслюють їхню гнучкість і здатність швидко адаптуватися до різних цифрових контекстів.

По-друге, структурно-семантичний аналіз сленгових неологізмів засвідчив, що ці одиниці вирізняються багатшаровістю значень, високою експресивністю та контекстною динамічністю. Морфологічні процеси, такі як афіксація, скорочення, словоскладання, конверсія та телескопія, забезпечують створення нових форм, тоді як семантичні інновації, метафоричні та метонімічні переноси дозволяють формувати нові концепти й моделі сприйняття реальності. Контекстуальна залежність значення, що визначається платформою, часовим проміжком та аудиторією, підкреслює прагматичну та соціокультурну функцію сленгових неологізмів у цифровій комунікації. Крім того, запозичення з інших мов демонструють глобальний характер сучасного сленгу, а адаптація таких одиниць до локальних умов показує інтеграцію світової та національної лексики.

Третій аспект стосується функціональної ролі сленгових неологізмів у сучасній англomовній комунікації, де вони виконують комплексні соціальні, емоційні, когнітивні та комунікативно-стилістичні функції. Емотивна функція передає стан мовця та його ставлення до ситуації, тоді як соціально-маркерна функція формує групову ідентичність та належність до певної спільноти. Прагматична функція регулює комунікаційний процес, підкреслює акценти та створює ефект взаємної довіри, а гумористична та іронічна – дозволяє створювати комічні ефекти, пародію та меметичні образи. Когнітивна функція сприяє формуванню нових концептів і спрощеному розумінню складних соціальних явищ, а комунікативно-стилістична забезпечує відтворення неформального, молодіжного або розмовного стилю мовлення. У поєднанні ці функції забезпечують ефективність, експресивність і культурну релевантність комунікації у цифровому середовищі.

Нарешті, переклад англійських сленгових неологізмів вимагає комплексного підходу, що поєднує знання словотвірних процесів, семантичних особливостей та прагматичного контексту. Методи перекладу, такі як транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад, пряме включення та комбіновані форми, дозволяють відтворювати значення та стилістичне забарвлення неологізмів, одночасно адаптуючи їх до мовної системи перекладу. Використання афіксації, суфіксів, префіксів та телескопізмів у перекладі зберігає морфологічну продуктивність і комунікативну функцію слова. Урахування конотативних, культурних та соціальних відтінків під час перекладу забезпечує адекватне сприйняття неологізму цільовою аудиторією та дозволяє відтворити його функції у цифровій комунікації. Таким чином, комплексне дослідження сленгових неологізмів, їхніх структурно-семантичних особливостей, функцій та способів перекладу є ключовим для розуміння механізмів розвитку сучасного англomовного сленгу і його ролі у глобальній цифровій комунікації.

## РОЗДІЛ 2.

### СТРУКТУРА ТА СЕМАНТИКА АНГЛІЙСЬКИХ СЛЕНГОВИХ НЕОЛОГІЗМІВ У ВЕБ-МЕДІА

#### **2.1. Семантичні та функціональні особливості сленгових неологізмів**

У контексті стрімкого розвитку цифрових технологій та глобалізаційних процесів мова зазнає суттєвих трансформацій, виконуючи не лише традиційну комунікативну функцію, а й роль інструмента соціальної взаємодії, самоідентифікації та культурної репрезентації. Інтернет-простір і соціальні мережі не просто змінили канали та форми спілкування, а значною мірою прискорили процеси лексичного оновлення, зумовивши появу великої кількості нових мовних одиниць. Особливе місце серед явищ сучасної мовної динаміки посідають сленгові неологізми – нові слова, словосполучення або мовні конструкції, що виникають у відповідь на специфічні соціальні, культурні, технологічні та психологічні потреби користувачів цифрового середовища [5]. Веб-медіа, до яких належать соціальні мережі, форуми, блоги, стримінгові платформи, онлайн-ігри та відеохостинги, функціонують як активне середовище для генерації, поширення, закріплення й подальшої стандартизації таких лексичних одиниць. Саме у межах цифрової комунікації сленгові неологізми набувають широкої варіативності значень, високої частотності вживання та соціальної значущості.

Актуальність дослідження сленгових неологізмів в англійській веб-медіа зумовлена низкою чинників. По-перше, вони відображають сучасні культурні орієнтири, цінності, інтереси та особливості мислення насамперед молодіжної аудиторії, яка є найбільш активним учасником цифрової комунікації. По-друге, такі одиниці наочно демонструють механізми лексичного оновлення та семантичного розвитку англійської мови, що відбуваються під впливом цифрових технологій та нових форм соціальної взаємодії. По-третє, сленгові неологізми слугують ефективним інструментом

для дослідження процесів формування соціальної ідентичності, групової належності та комунікативних стратегій у віртуальному просторі. Сучасні лінгвістичні дослідження, зокрема праці А. Белової, В. Бурбело, Є. Галичкіної, Г. Трофімової та Г. Черкасової, акцентують увагу на важливості аналізу цифрових мовних практик, оскільки вони формують нові моделі комунікації та суттєво впливають на традиційні мовні норми й стандарти [7].

Сленгові неологізми характеризуються комплексною природою, поєднуючи в собі структурні, семантичні, функціональні та соціокультурні параметри [18]. Зі структурного погляду вони виникають у результаті активізації різних словотворчих механізмів, зокрема афіксації, словоскладання, контамінації, скорочення, калькування та семантичного переосмислення. В англomовному веб-просторі поширеними є такі утворення, як *phubbing* (поєднання *phone* + *snubbing*, що позначає ігнорування співрозмовника через мобільний телефон), *glamping* (*glamorous* + *camping* – різновид розкішного кемпінгу), *hangry* (*hungry* + *angry* – емоційний стан роздратування, спричинений голодом). Ці приклади наочно демонструють продуктивність морфологічних моделей та здатність мови оперативно реагувати на нові соціальні реалії, формуючи компактні й семантично насичені одиниці.

Семантичний аспект сленгових неологізмів у веб-медіа відзначається високою динамічністю, метафоричністю, поліфункціональністю та чіткою залежністю від контексту вживання. Значна частина таких одиниць набуває додаткових або модифікованих значень у процесі використання різними соціальними групами [4]. Так, лексема *ghosting*, що первісно означала «зникати, мов привид», у цифровому дискурсі отримала спеціалізоване значення і використовується для опису раптового припинення онлайн-комунікації без пояснення причин. Аналогічно, термін *doomscrolling* позначає нав'язливе прокручування негативних новин у соціальних мережах, поєднуючи в собі поведінковий і психологічний компоненти. Подібні

неологізми не лише фіксують нові типи поведінки, а й концептуалізують досвід користувачів у цифровому середовищі.

Функціонально сленгові неологізми виконують низку взаємопов'язаних ролей у сучасній англomовній комунікації. Вони виступають маркерами групової ідентичності, сигналізуючи про належність мовця до певної соціальної, професійної або вікової спільноти, а також слугують засобом вираження емоційного стану, оцінки подій і ставлення до співрозмовника [2]. Окрім цього, сленгові одиниці виконують когнітивну функцію, сприяючи точнішому опису складних явищ сучасного життя. Наприклад, у середовищі онлайн-ігор активно використовуються терміни *meta*, *nerf*, *buff*, *camping*, *aggro*, які не лише описують ігрові механіки, а й виконують роль комунікативних маркерів, що засвідчують обізнаність гравця з внутрішніми нормами та культурними кодами спільноти.

Соціальні мережі та платформи мікроблогінгу, зокрема *Twitter*, *Instagram*, *TikTok* і *Reddit*, створили унікальні умови для швидкого поширення та закріплення сленгових неологізмів. Ці платформи дозволяють користувачам експериментувати з мовою, миттєво перевіряти ефективність нових лексичних одиниць у комунікації та адаптувати їх для масового вжитку. Так, у *Twitter* сформувався специфічний набір термінів, пов'язаних із функціональними особливостями платформи, зокрема *tweetstorm*, *retweet*, *subtweet*, які відображають як технічні аспекти, так і соціальні практики взаємодії користувачів. Подібні одиниці демонструють тісний зв'язок між мовою та медіаплатформою, у межах якої вони функціонують [24].

Важливим джерелом сленгових неологізмів є меми, які поєднують візуальні, текстові та аудіальні елементи, формуючи багаторівневу комунікаційну структуру. Мемна культура сприяє створенню та поширенню нових мовних одиниць, що часто мають іронічне або сатиричне забарвлення. Наприклад, мем *Distracted Boyfriend* став основою для численних інтерпретацій і мовних трансформацій, а такі терміни, як *memeification*, *memewashed*, *dank meme*, відображають процеси масового поширення мемів і

їхній вплив на цифрову культуру. Активне використання мемів у маркетингу, рекламі та політичній комунікації створює додаткові стимули для появи нових сленгових неологізмів [16].

Онлайн-ігри та кіберспорт також відіграють значну роль у формуванні сучасного англomовного сленгу. Геймерська лексика охоплює не лише технічні аспекти ігрового процесу, а й соціальні взаємини між учасниками спільнот. Такі одиниці, як *zerg rush*, *feeding*, *noob*, *camper*, *aggro*, *kiting*, використовуються для опису стратегій, поведінки та оцінки дій гравців. Важливою особливістю цих неологізмів є їхня здатність виходити за межі первинного ігрового контексту та вживатися у повсякденному мовленні для характеристики аналогічних ситуацій у реальному житті, що свідчить про їхню семантичну гнучкість і високий ступінь метафоризації.

Не менш значущим є вплив цифрових технологій на формування рекламної та маркетингової лексики в англomовному веб-просторі. Технологічні компанії та бренди активно впроваджують неологізми у власні комунікативні стратегії з метою привернення уваги аудиторії, формування позитивного іміджу та створення відчуття інноваційності продукту. Такі лексичні одиниці, як *phablet*, *vlogging*, *smarhub*, *unboxing*, не лише описують нові типи пристроїв або способи їх використання, а й формують нову концептуальну реальність у сприйнятті технологій. У процесі рекламної комунікації ці слова закріплюються у масовій свідомості, поступово переходячи зі сфери професійного або спеціалізованого вжитку до повсякденної мови. Рекламні кампанії, що активно використовують сленгові неологізми, сприяють їх популяризації та семантичній стабілізації, внаслідок чого такі одиниці швидко набувають статусу загальноновживаних [13]. Таким чином, маркетинговий дискурс виступає важливим каталізатором лексичних інновацій у сучасних веб-медіа.

Соціокультурні трансформації та події глобального масштабу також відіграють ключову роль у появі та поширенні сленгових неологізмів. Яскравим прикладом є пандемія COVID-19, яка зумовила формування

значної кількості нових лексичних одиниць, зокрема *doomscrolling*, *quarantinis*, *covidiot*, *social distancing*, що відображають нові реалії повсякденного життя та змінені поведінкові практики людей. Ці слова не лише фіксують конкретні соціальні явища, а й виконують функцію когнітивного осмислення кризових подій. Аналогічно, глобальні соціальні та антидискримінаційні рухи, такі як *Black Lives Matter*, сприяли активному використанню й поширенню лексем і хештегів *woke*, *allyship*, *microaggression*, які стали мовними маркерами нових соціальних норм і форм громадянської активності. У веб-медіа такі неологізми набувають високої частотності та виконують важливу ідеологічну й ідентифікаційну функцію, відображаючи ціннісні орієнтири сучасного суспільства.

Психологічний аспект впливу сленгових неологізмів у цифровому середовищі також заслуговує на окрему увагу. Нові слова, меми та мовні шаблони здатні формувати емоційний стан користувачів, впливати на їхню поведінку та спосіб інтерпретації інформації. Зокрема, термін *FOMO* (*fear of missing out* – страх пропустити важливу подію або новину) концептуалізує типову для соціальних мереж психологічну модель поведінки, пов'язану з постійною потребою бути онлайн. Інші неологізми, такі як *doomscrolling*, *selfie fatigue*, *Instagram envy*, відображають феномен цифрового стресу, емоційного виснаження та соціального порівняння, характерні для активних користувачів веб-медіа. Отже, сленгові неологізми виконують не лише номінативну, а й психолінгвістичну функцію, допомагаючи мовцям вербалізувати нові емоційні переживання та внутрішні стани.

Сучасні англomовні веб-медіа вирізняються надзвичайно високою швидкістю адаптації та поширення неологізмів. Дослідження свідчать, що нова лексична одиниця може виникнути в межах вузької спільноти користувачів і протягом кількох днів або тижнів стати загальноживаною на платформі з мільйонною аудиторією. Особливо показовими у цьому контексті є *TikTok* та *Twitter*, де меми, тренди й вірусний контент забезпечують миттєву популяризацію нових слів і виразів. На відміну від

традиційних медіа, де процес закріплення лексичних інновацій міг тривати роками, цифрові платформи створюють умови для надзвичайно швидкої мовної дифузії. Подібна динаміка свідчить про формування нового рівня комунікативної взаємодії, у межах якого соціальні, технологічні та культурні чинники перебувають у тісному взаємозв'язку [14].

Аналіз сучасних сленгових неологізмів в англomовних веб-медіа дає змогу виокремити кілька основних тематичних категорій: соціально-побутові, культурно-розважальні, технологічні, психологічні, політичні та маркетингові. Кожна з цих груп характеризується власними семантичними, структурними та функціональними особливостями. Соціально-побутові неологізми відображають повсякденні практики та міжособистісну взаємодію (*ghosting, catfishing, hangry*), культурно-розважальні пов'язані з медіаконтентом та інтернет-культурою (*meme, binge-watch, vlog*), технологічні описують інновації та цифрові дії (*phubbing, glamping, unboxing*). Психологічні одиниці фіксують емоційні стани користувачів (*FOMO, doomscrolling, selfie fatigue*), політичні – соціальні рухи та суспільні процеси (*woke, allyship, microaggression*), тоді як маркетингові неологізми пов'язані з брендами, продуктами та рекламними стратегіями (*phablet, smarthumb, Instagram tax*).

Варто підкреслити, що сленгові неологізми часто мають багаторівневу природу, поєднуючи вербальні, візуальні та аудіальні елементи, що значно підвищує їхню комунікативну ефективність. У межах веб-медіа слово нерідко функціонує разом із зображенням, відео або звуковим супроводом, формуючи цілісний семіотичний комплекс. Така мультимодальність сприяє швидшому запам'ятовуванню та ширшому поширенню неологізмів. Крім того, володіння специфічним сленговим словником створює відчуття спільності серед користувачів і виступає засобом соціальної ідентифікації в межах цифрових спільнот.

Важливою характеристикою сленгових неологізмів у сучасних англomовних веб-медіа є їхня контекстуальна зумовленість, яка визначає

варіативність значень залежно від комунікативної ситуації. Одне й те саме слово може набувати різних семантичних відтінків у межах різних платформ, соціальних груп або жанрів онлайн-дискурсу. Така поліінтерпретативність ускладнює однозначне тлумачення неологізмів поза контекстом, що є характерною рисою цифрової комунікації. У цьому зв'язку сленгові одиниці часто функціонують як маркери «свого» мовного середовища, доступного лише для носіїв відповідного культурного коду. Вони виконують функцію внутрішньогрупової ідентифікації та відмежування від зовнішньої аудиторії. Саме тому семантичний аналіз таких одиниць потребує урахування прагматичних і соціокультурних чинників.

Сленгові неологізми у веб-медіа нерідко виникають як реакція на потребу мовної економії та швидкої передачі інформації. Умови онлайн-комунікації, зокрема обмеження символів, темп спілкування та домінування візуального контенту, стимулюють утворення коротких, містких і експресивних мовних форм. Унаслідок цього спостерігається активне використання аббревіацій, скорочень і злиттів слів, які зберігають високу інформативність. Такі одиниці дозволяють максимально швидко передати складні смисли без розгорнутих пояснень. Водночас мовна економія не знижує емоційного або оцінного потенціалу сленгу, а навпаки – посилює його. Це свідчить про адаптацію мови до нових умов цифрової взаємодії.

Особливу роль у формуванні сленгових неологізмів відіграє механізм метафоризації. Багато нових лексичних одиниць виникають шляхом перенесення значень із фізичної або матеріальної сфери у цифрову чи соціальну. Такі метафори дозволяють користувачам осмислювати абстрактні або нові явища через уже знайомі концепти. Наприклад, терміни, пов'язані з просторовими або фізичними діями, часто використовуються для опису онлайн-поведінки. Метафоричність надає сленговим неологізмам образності та підвищує їхню комунікативну привабливість. У результаті такі слова легко запам'ятовуються та швидко поширюються в цифровому середовищі.

Функціонування сленгових неологізмів тісно пов'язане з емоційною експресією, яка є однією з провідних характеристик інтернет-дискурсу. У веб-медіа мова часто використовується не лише для передачі інформації, а й для вираження ставлення, оцінки або іронії. Сленгові одиниці дозволяють передавати складні емоційні стани в компактній формі, що є особливо важливим у неформальному спілкуванні. Вони можуть виконувати функцію гумору, сарказму або критики, посилюючи прагматичний ефект повідомлення. Таким чином, емоційна складова є важливим чинником життєздатності сленгових неологізмів. Їх активне використання свідчить про зміну комунікативних пріоритетів у цифрову епоху.

Значну роль у закріпленні сленгових неологізмів відіграє алгоритмічна природа сучасних платформ. Соціальні мережі та відеохостинги використовують алгоритми рекомендацій, які сприяють масовому поширенню певних мовних форм. Якщо неологізм стає частиною вірусного контенту, його видимість зростає в геометричній прогресії. Унаслідок цього мовні інновації перестають бути локальними та швидко набувають глобального характеру. Алгоритмічне середовище фактично впливає на мовний вибір користувачів і сприяє уніфікації сленгових практик. Таким чином, технологічний чинник безпосередньо впливає на еволюцію лексики.

Сленгові неологізми також демонструють тісний зв'язок із жанровими особливостями веб-дискурсу. Коментарі, чати, стріми, блоги та короткі відео мають різні комунікативні цілі, що зумовлює відмінності у використанні лексики. У стрімах і чатах переважають емоційно забарвлені та скорочені форми, тоді як у блогах можливе більш розгорнуте пояснення нових термінів. Це сприяє формуванню різних функціональних різновидів сленгу в межах одного цифрового простору. Жанрова варіативність підсилює гнучкість сленгових неологізмів. Вони легко адаптуються до різних форматів комунікації.

Не менш важливою є соціальна стратифікація сленгових неологізмів у веб-медіа. Рівень освіти, вік, професійна належність і культурний досвід

користувачів впливають на вибір мовних засобів. Молодіжні спільноти, як правило, є основними генераторами сленгових інновацій, тоді як старші покоління часто засвоюють ці одиниці пізніше. Водночас деякі неологізми виходять за межі вікових груп і стають загальноживаними. Цей процес свідчить про поступову інституціоналізацію сленгу. Таким чином, веб-медіа виступають простором взаємодії різних соціальних груп.

Сленгові неологізми часто виконують функцію мовної гри, що є характерною рисою цифрової культури. Користувачі експериментують зі словами, створюючи нові форми, які можуть мати іронічний або пародійний характер. Така гра зі значенням і формою сприяє підвищенню креативності мовлення. У багатьох випадках саме гумористичний потенціал забезпечує популярність нових слів. Водночас мовна гра не виключає серйозного змістового навантаження. Вона є способом адаптації мови до нових культурних умов.

Процес стандартизації сленгових неологізмів у веб-медіа є вибірковим і нерівномірним. Лише частина нових слів закріплюється в мові та фіксується в словниках або наукових дослідженнях. Інші залишаються ситуативними та зникають разом із відповідними трендами. Ця нестабільність є характерною ознакою цифрового сленгу. Вона відображає швидкоплинність сучасної культури та інформаційного простору. Саме тому дослідження сленгових неологізмів потребує постійного оновлення матеріалу.

Отже, сучасні англійські веб-медіа виступають ключовим фактором формування, поширення та часткової стандартизації сленгових неологізмів. Вони відображають глибинні соціальні, культурні, технологічні та психологічні трансформації сучасного суспільства й водночас стають ефективним інструментом комунікації, самопрезентації та творчого самовираження. Систематичне вивчення таких мовних одиниць дає змогу простежити динаміку розвитку мови, визначити вплив цифрових технологій на комунікативні практики та зрозуміти механізми формування сучасної цифрової культури.

Семантичні та функціональні особливості сленгових неологізмів демонструють їхню високу адаптивність, метафоричність і контекстну залежність. Ці одиниці швидко входять у повсякденний мовний обіг, нерідко змінюючи або розширюючи первинні значення слів і створюючи нові способи вираження думок, емоцій і соціальної позиції. Така динамічність робить сленгові неологізми важливим об'єктом дослідження для лінгвістів, соціологів, психологів і медіадослідників, які прагнуть осмислити сучасні механізми мовної інновації та культурної трансформації в цифровому середовищі.

Загалом сленгові неологізми в англomовних веб-медіа є вагомим індикатором змін як у мові, так і в суспільстві. Вони відображають соціальні практики, культурні тренди, технологічні новації та психологічні моделі поведінки користувачів. Їх дослідження дозволяє глибше зрозуміти, яким чином мова адаптується до нових умов комунікації, як формуються цифрові спільноти та як мовні інновації стають інструментом самоідентифікації й творчого вираження у сучасному глобалізованому світі.

## **2.2. Тенденція використання сленгових неологізмів у мові сучасних веб-медіа**

У сучасних умовах інтенсивного розвитку цифрових технологій та глобалізованого інформаційного простору мовні процеси зазнають суттєвих трансформацій, що безпосередньо пов'язані з новими формами комунікації. Веб-медіа, до яких належать соціальні мережі, платформи мікроблогінгу, онлайн-форуми, стримінгові сервіси та месенджери, формують специфічне мовне середовище, у межах якого відбувається активне оновлення лексичного складу. Однією з найпомітніших тенденцій цього процесу є поширення сленгових неологізмів, які швидко інтегруються в мовну практику користувачів. Такі одиниці постають реакцією на потребу оперативного, емоційно насиченого та креативного спілкування. У результаті сленгові неологізми стають органічною складовою сучасного цифрового

дискурсу. Їх використання відображає не лише мовні, а й соціокультурні зміни.

Комунікація у веб-медіа характеризується високою інтенсивністю, що стимулює активне використання лексичних скорочень і нестандартних мовних форм. Сленгові неологізми у цьому контексті виконують функцію мовної економії, дозволяючи передавати складні смисли у стислому вигляді. Наприклад, такі одиниці, як *TL;DR* (too long; didn't read), *ICYMI* (in case you missed it) або *AFK* (away from keyboard), забезпечують швидке орієнтування в інформаційному потоці. Водночас ці форми виконують і прагматичну функцію, сигналізуючи про стиль та жанр комунікації. Їх уживання маркує неформальність і належність до цифрової культури. Таким чином, сленгові неологізми одночасно оптимізують комунікацію та формують її соціальний контекст.

Важливою тенденцією є соціально-ідентифікаційна функція сленгових неологізмів у веб-медіа. Використання специфічної лексики дозволяє мовцям демонструвати належність до певної онлайн-спільноти або субкультури. Наприклад, у середовищі стримерів та геймерів поширеними є одиниці *clutch* (вирішальна дія у критичний момент), *grind* (тривала наполеглива робота) або *rage quit* (емоційне припинення гри). Такі слова слугують маркерами «внутрішнього» мовлення, зрозумілого лише обізнаним користувачам. У такий спосіб сленг виконує функцію соціального фільтра. Це сприяє формуванню спільної ідентичності та мовної солідарності.

Розвиток конкретних цифрових платформ суттєво впливає на характер сленгових інновацій. Так, мікроблогінгові сервіси стимулюють появу лаконічних і семантично насичених одиниць. У Twitter/X активно використовуються такі неологізми, як *ratioed* (отримати негативну реакцію у відповідях), *threadbait* (контент для привернення уваги через серію постів) або *doomposting* (песимістичний інформаційний контент). Ці слова виникають у прямому зв'язку з функціональними можливостями платформи.

Вони відображають специфіку онлайн-поведінки користувачів. Таким чином, платформа стає каталізатором мовних інновацій.

Візуально-орієнтовані сервіси, зокрема *Instagram* та *TikTok*, сприяють формуванню мультимодального сленгу, у якому вербальні елементи поєднуються з відео, зображеннями та звуком. У цьому середовищі поширюються такі одиниці, як *soft launch* (непряме оголошення особистої події), *main character energy* (демонстрація впевненості та самодостатності) або *core aesthetic* (стилістично впізнаваний візуальний образ). Ці неологізми відображають нові способи самопрезентації. Вони поєднують мовні та візуальні коди. У результаті мова веб-медіа набуває комплексного характеру.

Однією з ключових тенденцій є висока швидкість поширення сленгових неологізмів у цифровому середовищі. Завдяки алгоритмам рекомендацій і вірусному контенту нові слова можуть за короткий час перейти з локального в глобальний ужиток. Наприклад, одиниці *bed rotting* (пасивне проведення часу в ліжку) або *girl math* (іронічне виправдання витрат) за лічені тижні стали частиною масового лексикону. Така динаміка є безпрецедентною порівняно з традиційними медіа. Вона свідчить про зміну механізмів мовної дифузії. Мовні інновації дедалі частіше поширюються горизонтально, а не ієрархічно.

Словотворчі процеси у веб-медіа характеризуються високою продуктивністю та варіативністю. Активно використовуються такі моделі, як злиття (*mansplaining, doomscrolling*), семантичне переосмислення (*fed up, triggered*), а також деривація (*unfollow, desubscribe*). Ці процеси дозволяють швидко адаптувати мову до нових реалій. Особливістю є також нестабільність форм, коли варіанти співіснують паралельно. Це відображає експериментальний характер цифрового мовлення. У результаті сленг стає лабораторією мовних змін.

Окремої уваги заслуговує ігровий аспект сленгових неологізмів, який проявляється у навмисному порушенні орфографічних і фонетичних норм. Варіанти на кшталт *thicc, smol, bestie* або *delulu* створюють ефект

неформальності та емоційної близькості. Такі одиниці часто використовуються з гумористичною або іронічною метою. Вони сприяють персоналізації мовлення. Ігровий характер підсилює експресивність і привабливість контенту.

Сленгові неологізми у веб-медіа також відображають актуальні соціальні та культурні процеси. Зокрема, активізується лексика, пов'язана з ментальним здоров'ям, саморефлексією та соціальними межами. Такі одиниці, як *burnout culture*, *trauma dumping*, *self-care era*, фіксують зміну ціннісних орієнтацій сучасного суспільства. Мова у цьому випадку виконує функцію концептуалізації соціального досвіду. Сленг стає інструментом осмислення колективних переживань. Це підкреслює його культурну значущість.

Важливою тенденцією сучасних веб-медіа є семантична нестабільність сленгових неологізмів, що проявляється у швидкій зміні або розширенні значень лексичних одиниць. Одне й те саме слово може функціонувати в різних дискурсивних контекстах із відмінними конотаціями. Наприклад, лексема *viral* первинно використовувалася в біомедичному значенні, однак у цифровому просторі набула семантики швидкого та масового поширення контенту. Подібним чином слово *algorithm* у веб-дискурсі часто набуває персоніфікованого або навіть іронічного забарвлення. Це свідчить про активний процес переосмислення термінологічної лексики. Унаслідок цього сленгові неологізми стають багатошаровими за змістом.

Окремої уваги заслуговує тенденція до суб'єктивізації значень сленгових одиниць у веб-медіа. Користувачі нерідко надають словам індивідуальних інтерпретацій, які згодом можуть бути підхоплені ширшою аудиторією. Наприклад, вираз *it's giving* використовується для передачі асоціативного враження або емоційної оцінки ситуації без чіткої номінації ознаки. Подібні конструкції виконують радше прагматичну, ніж денотативну функцію. Вони орієнтовані на спільний досвід учасників комунікації. Це підкреслює контекстуальну залежність сучасного цифрового сленгу.

У мовленні веб-медіа простежується також тенденція до іронізації та гіперболізації значень. Сленгові неологізми часто використовуються для перебільшеного опису буденних ситуацій. Так, одиниці *literally dying* або *emotionally unavailable to this content* не передають буквального стану, а виконують експресивну функцію. Подібні вислови формують характерний стиль онлайн-комунікації, заснований на емоційній надмірності. Вони сприяють створенню ефекту драматизації. Такий стиль є особливо поширеним серед молодіжних аудиторій.

Ще однією характерною тенденцією є інтертекстуальність сленгових неологізмів у веб-медіа. Значна частина нових одиниць виникає як відсилання до популярних фільмів, серіалів, пісень або відео. Наприклад, вислів *this is my Roman Empire* використовується для позначення теми, до якої людина постійно повертається у своїх думках. Подібні одиниці вимагають від адресата певного культурного бекграунду. Вони функціонують як маркери спільного культурного поля. Це посилює роль сленгу як засобу групової ідентифікації.

Суттєвим чинником розвитку сленгових неологізмів є також алгоритмічний характер сучасних веб-платформ. Алгоритми рекомендацій сприяють популяризації певних слів і виразів, підсилюючи їхню видимість. Наприклад, лексеми *corecore*, *NPC stream*, *POV content* поширилися завдяки масовій рекомендації відео з відповідними тегами. У цьому випадку алгоритм виступає не пасивним посередником, а активним учасником мовного процесу. Він впливає на швидкість і масштаб лексичних змін. Це створює нову модель мовної еволюції.

У межах веб-медіа спостерігається також тенденція до стирання меж між усною та письмовою формами мовлення. Сленгові неологізми часто імітують усну інтонацію, паузи або емоційні реакції. Наприклад, написання *uhhh*, *bestieeee*, *okay but like* відтворює живу розмовну манеру. Такі одиниці створюють ефект безпосередності та автентичності. Вони зближують

письмову комунікацію з усною. Це є однією з визначальних рис цифрового дискурсу.

Помітною є і тенденція до використання сленгових неологізмів як інструменту оцінювання контенту та соціальних явищ. Наприклад, слова *cringe*, *based*, *mid* виконують функцію швидкої аксіологічної реакції. Вони дозволяють миттєво висловити схвалення або несхвалення. Подібні одиниці часто мають розмиті семантичні межі. Їхнє значення формується через частотність уживання. Це підкреслює колективний характер мовної норми у веб-медіа.

Сленгові неологізми також активно використовуються для конструювання наративів особистого досвіду. У блогах і соціальних мережах поширені такі вирази, як *healing journey*, *soft life*, *reset era*, які структурують розповідь про життя мовця. Ці одиниці виконують не лише номінативну, а й концептуальну функцію. Вони формують певну модель самосприйняття. Мова у цьому випадку стає інструментом самоконструювання.

Не менш важливою є тенденція до нормалізації сленгових неологізмів через їхнє проникнення у напівофіційні та медійні жанри. Журналісти, маркетологи та публічні особи дедалі частіше використовують цифровий сленг у публічних комунікаціях. Наприклад, у заголовках можна зустріти слова *clapback*, *cancelled*, *trend alert*. Це сприяє легітимації сленгу. Межа між розмовною та стандартною мовою поступово змивається. Такий процес має довгострокові наслідки для мовної норми.

Варто також зазначити регіональну варіативність сленгових неологізмів у глобальному веб-просторі. Хоча англійська мова виконує роль лінгва франка, сленг часто відображає локальні культурні особливості. Наприклад, британські користувачі активно використовують *cheeky*, *proper*, *innit* у цифровому спілкуванні, тоді як американський сленг тяжіє до інших моделей. Це свідчить про поєднання глобалізації та локалізації. Веб-медіа не уніфікують мову повністю, а радше створюють простір для її варіативності.

Сленгові неологізми у веб-медіа демонструють також тенденцію до швидкого семантичного знецінення. Слова, що були популярними упродовж короткого часу, можуть швидко втрачати актуальність і набувати іронічного або застарілого відтінку. Наприклад, вираз *on fleek* нині часто використовується з іронією. Це явище свідчить про циклічність мовної моди. Сленг функціонує за законами трендів.

Отже, тенденція використання сленгових неологізмів у мові сучасних веб-медіа виявляється у високій динамічності, креативності та соціальній зумовленості мовних інновацій. Вони виконують функції економії мовних ресурсів, емоційної експресії, соціальної ідентифікації та культурної репрезентації. Веб-медіа постають як простір інтенсивного мовного експерименту. Сленг у цьому середовищі не лише доповнює стандартну мову, а й активно впливає на її розвиток. Таким чином, дослідження цих тенденцій є необхідним для розуміння сучасних процесів мовної еволюції в цифрову добу.

### **2.3. Основні словотворчі моделі формування сленгових неологізмів у сучасній англійській мові**

Для виявлення ключових моделей утворення неологізмів у сучасній англійській мові необхідно насамперед здійснити комплексний аналіз основних способів словотворення та механізмів формування нових лексичних одиниць. Словотворення постає однією з базових лінгвістичних категорій, що забезпечує динамічний розвиток лексичної системи мови та її здатність оперативно реагувати на соціокультурні, технологічні й комунікативні зміни сучасного світу. Саме через словотворчі процеси мова фіксує нові явища дійсності, концептуалізує досвід мовців і створює засоби для номінації раніше невідомих об'єктів або дій. У сучасній англійській мові функціонує цілий спектр словотворчих способів, серед яких найбільш продуктивними вважаються абревіація, конверсія, семантичне переосмислення, афіксація, дезафіксація, основоскладання (композиція) та

компресія. Кожен із зазначених способів може діяти як автономно, так і у взаємодії з іншими механізмами, що сприяє виникненню складних і багаторівневих лексичних структур. Для академічного дослідження важливим є поетапний розгляд кожного способу з урахуванням не лише формальної будови слова, але й його семантичного потенціалу та функціональної ролі в сучасному мовному середовищі [1].

Конверсія належить до найцікавіших і водночас теоретично складних способів словотворення, оскільки вона не супроводжується жодними формальними змінами у структурі слова. Її сутність полягає у переході лексичної одиниці з однієї частини мови в іншу за умови збереження незмінної зовнішньої форми, при цьому відбувається суттєва трансформація граматичних і семантичних характеристик слова [32]. Наприклад, іменник *to message* виник шляхом конверсії від іменника *a message* і набув значення дії без жодного афіксального маркера. Подібним чином функціонує лексема *to Google*, утворена від власної назви *Google*, яка в результаті конверсії перетворилася на дієслово зі значенням пошуку інформації в інтернеті. У таких випадках новоутворене слово не є простою формальною варіацією, а постає повноцінною лексичною одиницею з новим категоріальним значенням. Конверсія належить до безафіксальних способів словотворення, проте її семантичний потенціал є надзвичайно високим, оскільки вона дозволяє розширювати функціональні можливості вже наявних лексем. Саме ця здатність забезпечує широке використання конверсії в сучасному мовленні та веб-дискурсі [19].

Визначальним чинником реалізації конверсії є зміна синтаксичної функції слова, що зумовлює його нову граматичну поведінку в реченні. У сучасній англійській мові найчастіше спостерігається перехід іменників у дієслова або прикметників у іменники, що пов'язано з потребами економії мовних засобів та динамізації комунікації. Наприклад, прикметник *empty* у конструкції *to empty the folder* функціонує як дієслово, передаючи значення дії. У лінгвістичній традиції зазвичай виокремлюють кілька основних

різновидів конверсії: ад'ективацію, субстантивацію, адвербіалізацію та вербалізацію. Кожен із цих типів має власні структурні та функціональні особливості, що зумовлюють специфіку його вживання. Водночас слід підкреслити, що не кожен формальний збіг між словами різних частин мови є результатом конверсії. У випадках історичного вирівнювання або втрати закінчень такі одиниці розглядаються як омоніми, а не як похідні слова, незалежно від часу їх виникнення. З позицій сучасної лінгвістики категоріально різні спільнокореневі слова, які збігаються у формі, трактуються як окремі лексеми, що функціонують автономно в мовній системі.

Афіксація є одним із найбільш продуктивних і системних способів словотворення в сучасній англійській мові, оскільки вона дозволяє чітко маркувати нові значення за допомогою формальних елементів. Цей процес полягає у приєднанні префіксів або суфіксів до кореня чи основи слова, що забезпечує формування нових лексичних одиниць із прогнозованими семантичними характеристиками. Особливу роль відіграють так звані продуктивні афікси, які активно використовуються для творення неологізмів у різних сферах комунікації. До них належать, зокрема, суфікси *-er*, *-ism*, *-able*, *-ness* та префікси *re-*, *mis-*, *over-*, *post-*. Наприклад, слова *content creator*, *misinformation*, *overconsumption*, *post-pandemic* ілюструють здатність афіксації оперативно реагувати на актуальні соціальні та медійні процеси. Афіксальні утворення не лише розширюють словниковий склад мови, але й сприяють систематизації нових понять, роблячи їх зрозумілими для широкого кола мовців [8].

В англійській мові функціонують як автохтонні, так і запозичені афікси, однак далеко не всі з них беруть активну участь у сучасних словотворчих процесах. Згідно з лінгвістичними дослідженнями, афікси, що з часом втратили своє первісне семантичне наповнення або словотворчу гнучкість, поступово переходять у розряд непродуктивних і виконують радше формально-граматичну, ніж дериваційну функцію [19]. Такі елементи

служать маркерами частини мови, але не здатні активно генерувати нові лексичні одиниці. Натомість так звані «живі» афікси зберігають абстрактне узагальнене значення, яке легко поєднується з різними твірними основами. Саме ця здатність забезпечує їхню продуктивність у сучасній англійській мові, зокрема в умовах цифрової комунікації та медіадискурсу. Визначення статусу афікса як продуктивного потребує врахування не лише формальних, але й функціонально-семантичних критеріїв.

Живий афікс, як правило, характеризується кількома ключовими ознаками. По-перше, він виражає узагальнене абстрактне значення, яке не є жорстко прив'язаним до конкретного лексичного поля. По-друге, такий афікс здатний приєднуватися до основ різного походження, що сприяє розширенню словотворчих моделей. По-третє, він демонструє потенціал до створення неологізмів, які швидко входять до активного вжитку, наприклад *eco-friendly*, *rewatchable*, *digitize*. По-четверте, важливим показником є частотність уживання афікса в актуальних текстах, що свідчить про його реальну функціональність у мовній системі. Таким чином, продуктивність афікса визначається не лише статистичними даними, а й його здатністю відповідати комунікативним потребам сучасного суспільства.

Водночас у межах афіксального словотворення спостерігається явище афіксальної омонімії, яке полягає у формальній тотожності афіксів за різного семантичного наповнення. Такі афікси можуть мати однакове написання та звучання, але походити з різних джерел і виконувати відмінні функції у словотворенні. Наприклад, суфікс *-er* може позначати агента дії у словах на кшталт *streamer* або *influencer*, тоді як у слові *newcomer* він виконує узагальнювальну номінативну функцію. Тому під час аналізу словотворчих процесів важливо враховувати не лише зовнішню форму афікса, а й його семантичне навантаження, історичне походження та контекстуальне вживання [23]. Такий підхід дозволяє уникнути формалізму та забезпечує глибше розуміння дериваційних закономірностей.

Деафіксація є специфічним словотворчим процесом, який полягає у формуванні нової лексичної одиниці шляхом усунення суфікса або елемента, що сприймається як суфікс. У результаті цього процесу виникає нове слово, яке може функціонувати автономно в мовній системі. Наприклад, дієслово *to babysit* стало основою для іменника *babysitter*, а згодом у зворотному напрямі з'явилося скорочене дієслово *to babysit*, що ілюструє взаємодію деафіксації та конверсії. У сучасній англійській мові деафіксація часто поєднується з тенденцією до мовної економії, особливо в усному та цифровому мовленні. Це сприяє створенню компактних і зручних форм, які легко інтегруються у повсякденну комунікацію.

Особливої актуальності деафіксація набуває у процесах компресії складних словосполучень. Наприклад, словосполучення *to do a live broadcast* трансформується у більш лаконічну форму *to livestream*, де усуваються другорядні елементи на користь функціональної цілісності. Подібні утворення відображають прагнення мовців до швидкості та ефективності комунікації, що є характерною рисою сучасного веб-дискурсу. Таким чином, деафіксація не лише спрощує мовну форму, але й сприяє появі нових лексичних одиниць із високим ступенем комунікативної доцільності.

Абревіація посідає особливе місце серед продуктивних способів словотворення в англійській мові, оскільки вона безпосередньо пов'язана з тенденцією до скорочення мовного матеріалу. Сутність цього процесу полягає в усиченні слова, словосполучення або їхніх компонентів з метою створення компактнішої лексичної одиниці. Наприклад, *app* походить від *application*, а *bio* – від *biography* або *biological*. Складні абревіатури, такі як *FAQ* (*frequently asked questions*) або *AI* (*artificial intelligence*), стали невід'ємною частиною сучасної лексики. Абревіація особливо активно функціонує в технічних, медійних і професійних дискурсах, де швидкість передачі інформації має вирішальне значення.

Важливо розрізняти абревіатури та акроніми, оскільки ці одиниці мають різні фонетичні характеристики. Акроніми зазвичай вимовляються як

цілісні слова, наприклад *NASA* або *UNICEF*, тоді як ініціальні абревіатури читаються по буквах, як-от *DIY* чи *FAQ*. Крім того, у сучасній англійській мові виділяють лексичні абревіатури, що функціонують як повноцінні слова, та графічні скорочення, які обмежуються письмовим уживанням. Така диференціація є важливою для розуміння ступеня інтеграції абревіатур у мовну систему.

Відокремлення значення є словотворчим процесом, у межах якого нова лексична одиниця виникає внаслідок семантичної автономізації елемента вже наявного слова або словосполучення. На відміну від формально виражених способів словотворення, цей механізм ґрунтується передусім на семантичному переосмисленні. У результаті можуть з'являтися як потенційні неологізми, зрозумілі мовцям інтуїтивно, так і фактичні одиниці, що поступово закріплюються в мовній практиці. Наприклад, іменник *unfollow* виник як семантично самостійна одиниця на основі дієслівної конструкції *to unfollow someone*. Подібні утворення відображають динаміку мовного мислення та гнучкість лексичної системи.

У контексті класифікації неологізмів важливе місце посідає типологія, запропонована Луї Гілбертом, яка охоплює кілька основних груп. Фонологічні неологізми формуються шляхом поєднання звуків або звукокомплексів і часто мають експресивний або імітативний характер, наприклад *bling*, *buzz*, *zap*. Значну групу становлять запозичення, які відображають міжкультурні контакти та глобалізаційні процеси, як-от *karaoke*, *emoji*, *taco*. Морфологічні неологізми, у свою чергу, створюються відповідно до наявних словотворчих моделей і становлять найчисельнішу та найпродуктивнішу групу. Вони охоплюють афіксальні утворення, словоскладання, конверсію та різні типи скорочень, що свідчить про високий рівень адаптивності сучасної англійської мови.

Особливої уваги заслуговує словоскладання як один із найбільш продуктивних способів творення неологізмів у сучасній англійській мові. Цей механізм передбачає поєднання двох або більше лексичних основ в одну

цілісну одиницю, яка набуває нового семантичного наповнення. У веб-медіа словоскладання часто використовується для номінації нових соціальних практик та цифрових явищ, наприклад *clickbait*, *crowdfunding*, *newsjacking*. Такі утворення є семантично компактними й водночас інформативно насиченими, що відповідає вимогам швидкої онлайн-комунікації. Крім того, композити легко піддаються інтерпретації завдяки прозорій внутрішній структурі, що сприяє їх швидкому поширенню. У результаті словоскладання стає ефективним інструментом мовної інновації.

У межах словоскладання спостерігається тенденція до утворення гібридних форм, які поєднують елементи різного походження. Такі неологізми часто виникають на перетині технологічної та соціальної сфер, як-от *fintech*, *edutainment*, *mediatization*. Подібні лексеми демонструють прагнення мовців до концептуального узагальнення складних процесів за допомогою однієї номінативної одиниці. Водночас гібридні композити відображають міждисциплінарний характер сучасного знання та комунікації. Їх активне функціонування у веб-медіа свідчить про тісний зв'язок мовної системи з позамовною реальністю. Таким чином, словоскладання не лише збагачує лексику, а й формує нові способи осмислення дійсності.

Компресія як словотворчий процес тісно пов'язана з абрєвіацією та словоскладанням, однак має власну специфіку. Вона полягає у скороченні складних лексичних або синтаксичних конструкцій до більш стислих форм без істотної втрати семантичного змісту. У сучасній англійській мові компресія активно реалізується у формуванні слів на кшталт *infotainment*, *netiquette*, *podcast*. Подібні одиниці є результатом прагнення до мовної економії, яка особливо актуальна в умовах цифрового спілкування. Компресовані неологізми швидко інтегруються в мовну практику завдяки своїй зручності та функціональності.

Значну роль у формуванні неологізмів відіграє також семантичне переосмислення вже наявних лексичних одиниць. У цьому випадку новизна полягає не у формі, а у зміні або розширенні значення слова. Наприклад,

слово *cloud* у сучасному мовленні позначає не лише природне явище, а й систему віддаленого зберігання даних. Аналогічно, *stream* набуло значення безперервної передачі цифрового контенту. Такі семантичні зсуви відображають адаптацію мови до нових технологічних реалій. У веб-медіа подібні одиниці часто використовуються без додаткових пояснень, що свідчить про їхню високу ступінь узуалізації.

Конверсія у сучасному мовленні дедалі частіше поєднується з цифровим контекстом, що сприяє появі нових дієслів на основі іменників, пов'язаних із медіаплатформами. Наприклад, іменник *message* активно функціонує як дієслово *to message*, а *Google* — як *to google*. Подібні утворення демонструють функціональну гнучкість англійської мови та її здатність швидко реагувати на комунікативні потреби користувачів. У результаті назви брендів, сервісів або цифрових дій легко переходять у вербальну площину. Це явище є особливо характерним для веб-дискурсу та неформальної комунікації.

Окрему групу становлять експресивні неологізми, які виникають унаслідок мовної гри та креативних експериментів користувачів. Такі одиниці часто мають яскраво виражене емоційне забарвлення та використовуються для передачі оцінки або ставлення. Прикладами можуть слугувати *doomposting*, *ragebait*, *cringe-worthy*. Подібні слова не лише описують певні явища, а й формують оцінний дискурс навколо них. У веб-медіа експресивні неологізми виконують функцію швидкого емоційного маркера, що посилює вплив повідомлення на аудиторію. Їх активне використання свідчить про зростання ролі афективного компонента в цифровій комунікації.

Варто також звернути увагу на роль суфіксів оцінності у формуванні сучасних неологізмів. Суфікси *-core*, *-coded*, *-ish* активно використовуються для створення слів, що передають стиль, настрій або асоціативне поле, наприклад *cottagecore*, *main-character-coded*, *greenish*. Такі утворення часто мають суб'єктивний характер і залежать від контексту вживання. Вони

відображають тенденцію до персоналізації мовлення та самовираження в онлайн-просторі. Суфіксальна деривація у цьому випадку стає інструментом стилістичної та ідентифікаційної функції мови.

Запозичення як спосіб поповнення лексики також зазнає трансформацій у цифрову епоху. Якщо раніше іншомовні слова проходили тривалий шлях адаптації, то нині вони часто інтегруються в мову майже без змін. Наприклад, *meme*, *hashtag*, *emoji* стали міжнародними лексичними одиницями, зрозумілими для носіїв різних мов. У веб-медіа такі слова функціонують як універсальні маркери цифрової культури. Їх поширення сприяє уніфікації комунікативних практик у глобальному масштабі.

Особливим різновидом неологізмів є хештег-утворення, які поєднують лексичну та метакомунікативну функції. Наприклад, *#throwback*, *#cancelled*, *#softlaunch* використовуються не лише як частина тексту, а й як інструмент категоризації контенту. Такі одиниці формують новий тип мовної організації повідомлення, де слово виконує навігаційну та прагматичну функцію. Хештеги впливають на семантику повідомлення та його інтерпретацію аудиторією. У цьому контексті вони можуть розглядатися як особливий різновид неологізмів цифрової доби.

У сучасних веб-медіа також активно формуються неологізми, пов'язані з ідентичністю та соціальними ролями. Слова на кшталт *digital nomad*, *side hustler*, *content creator* відображають нові моделі професійної та соціальної самореалізації. Вони виникають у відповідь на зміни у сфері праці та стилю життя, спричинені цифровізацією. Такі лексеми виконують номінативну та ідеологічну функції, закріплюючи нові соціальні статуси. Їх поширення у веб-медіа сприяє нормалізації нових форм зайнятості та соціальної поведінки.

Загалом аналіз основних способів творення неологізмів переконливо демонструє, що англійська мова володіє розгалуженою та гнучкою словотворчою системою. Вона здатна оперативно реагувати на соціальні, культурні й технологічні виклики, продукуючи нові лексичні одиниці, які

швидко входять до активного вжитку. Ці процеси є особливо інтенсивними в умовах цифрових медіа та глобалізованого інформаційного простору, де мовна інновація стає невід'ємною складовою комунікативної ефективності.

#### **2.4. Вплив цифрового контексту на розвиток структури та семантики сленгових неологізмів**

Цифровий контекст сучасної англomовної комунікації виступає одним із визначальних чинників трансформації як структурних, так і семантичних характеристик сленгових неологізмів. Онлайн-середовище, представлене соціальними мережами, відеоплатформами, форумами, стрімінговими сервісами, ігровими спільнотами та мем-культурою, створює принципово нові умови для мовної творчості. У межах цього середовища мовні інновації виникають не лише як реакція на позамовні зміни, а й як результат безперервної інтеракції між користувачами. Цифрова комунікація характеризується високою швидкістю поширення інформації, мультимодальністю та низьким рівнем нормативного контролю, що стимулює експериментування з формою і значенням мовних одиниць. У таких умовах сленгові неологізми набувають особливої гнучкості та адаптивності.

Однією з ключових структурних тенденцій, зумовлених цифровим контекстом, є прагнення до максимальної лаконічності мовних форм. Обмеження символів, потреба швидкого реагування та домінування коротких повідомлень сприяють поширенню скорочених і фонетично спрощених одиниць. У веб-медіа активно функціонують слова на кшталт *brev* (скорочене від "brilliant"), *mid* (посередній), *ick* (раптове негативне відчуття щодо людини або ситуації). Подібні одиниці легко інтегруються в усне й письмове онлайн-мовлення завдяки простоті структури та високій експресивності. Вони часто позбавлені складної морфології, що робить їх універсальними для різних комунікативних ситуацій. Таким чином, цифровий простір стимулює редукцію мовної форми без втрати смислової насиченості.

Важливою особливістю цифрового середовища є активне використання графічних і фонетичних модифікацій слів. Орфографічні відхилення, подовження голосних, повтори літер або навмисні помилки стають засобами передачі інтонації та емоцій. Наприклад, форми *heuuu*, *soooo*, *nahhh* виконують прагматичну функцію, сигналізуючи ставлення мовця до ситуації. Подібні графічні інновації не мають стабільної словникової фіксації, однак широко використовуються в коментарях і чатах. Вони формують альтернативний рівень значення, який існує поза межами традиційної граматики. У цьому сенсі цифровий контекст розширює поняття мовної норми.

Морфологічна структура сленгових неологізмів у цифровому середовищі також зазнає суттєвих змін. Спостерігається активне утворення нових лексем шляхом поєднання коренів, суфіксів і напівафіксів, що мають яскраве оцінне або стилістичне забарвлення. Прикладами є *algorithmic*, *cancelable*, *aestheticized*, які відображають вплив цифрових практик на словотворення. Особливо продуктивними стають моделі з використанням елементів *-bait*, *-core*, *-coded*, наприклад *ragebait*, *goblincore*, *villain-coded*. Такі неологізми слугують засобом швидкої категоризації явищ і водночас маркером культурної обізнаності мовця.

Цифровий контекст істотно впливає і на семантичну структуру сленгових неологізмів, зумовлюючи багатозначність і контекстну варіативність. Значення слова може істотно змінюватися залежно від платформи, типу спільноти або навіть конкретного тренду. Наприклад, *ratio* у Twitter означає ситуацію, коли відповідь отримує більше реакцій, ніж оригінальний пост, тоді як у позамовному контексті слово має математичне значення. Аналогічно, *delulu* (від “delusional”) використовується іронічно для позначення надмірного оптимізму або фантазійності. Подібні семантичні зсуви демонструють здатність цифрового сленгу швидко адаптуватися до нових комунікативних потреб.

Особливу роль у формуванні семантики сленгових неологізмів відіграє мем-культура. Мем як культурна одиниця поєднує текст, зображення та контекст, створюючи багаторівневу систему значень. Слова на кшталт *core memory*, *NPC behavior*, *touch grass* виходять за межі буквального значення і функціонують як культурні маркери. Їх розуміння можливе лише за умови залучення спільного фонового знання. У такий спосіб цифровий контекст сприяє формуванню імпліцитної семантики, де значення слова визначається не словником, а колективним досвідом спільноти.

Цифрові платформи також стимулюють розвиток дієслівних неологізмів, утворених від назв сервісів або цифрових дій. Наприклад, *to unfollow*, *to screenshot*, *to soft-launch* відображають нові типи поведінки в онлайн-просторі. Такі дієслова швидко набувають узуального характеру й переходять у ширший комунікативний обіг. Вони виконують не лише номінативну, а й соціальну функцію, фіксуючи нові норми взаємодії. У результаті цифрові практики безпосередньо впливають на дієслівну систему мови.

Глобальний характер цифрової комунікації сприяє інтернаціоналізації сленгових неологізмів. Слова, що виникають у межах локальних спільнот, швидко поширюються за межі національних кордонів і адаптуються до різних культурних контекстів. Наприклад, *main character*, *red flag*, *soft life* активно використовуються у різних англомовних і неангломовних спільнотах. Водночас значення таких одиниць може зазнавати часткової трансформації залежно від культурних особливостей аудиторії. Це свідчить про гнучкість цифрового сленгу та його здатність до міжкультурної адаптації.

Мультимодальність цифрової комунікації значно розширює функціональні можливості сленгових неологізмів. Слова поєднуються з емодзі, відеофрагментами, музичними трендами, що створює додаткові рівні інтерпретації. Наприклад, лексема *vibe* у поєднанні з візуальним контентом набуває узагальненого емоційного значення, яке складно передати вербально.

Хештеги типу *#itsgiving*, *#corecore*, *#relatable* виконують одночасно семантичну, прагматичну та навігаційну функції. У такому контексті сленгові неологізми виходять за межі традиційної лексичної системи.

Важливим наслідком цифрового контексту є поява так званих тимчасових або трендових неологізмів, семантика яких тісно пов'язана з конкретним інформаційним циклом. Такі одиниці часто виникають у відповідь на вірусні події, медійні скандали або популярні онлайн-челенджі. Наприклад, слова *quiet quitting* або *girl dinner* швидко набули поширення у соціальних мережах, але їх актуальність значною мірою залежить від соціального резонансу. Структурно ці одиниці можуть виглядати стабільними, проте їх семантика залишається рухомою і чутливою до змін контексту. Це явище свідчить про зсув від довготривалого лексичного закріплення до ситуативної мовної релевантності. У цифровому середовищі семантична цінність слова нерідко визначається не частотою, а вірусністю.

Цифровий простір також сприяє формуванню метамовних неологізмів, які описують сам процес онлайн-комунікації або поведінку користувачів у мережі. Прикладами є *doomposting*, *reply guy*, *click fatigue*, які відображають специфічні моделі взаємодії у веб-медіа. Подібні одиниці виконують аналітичну функцію, дозволяючи мовцям осмислювати власну цифрову практику. Семантично вони поєднують опис дії з оцінним компонентом, що надає їм прагматичної глибини. Структурно такі слова часто будуються за моделлю словоскладання або деривації, що є типовим для цифрового сленгу. Таким чином, мова інтернету не лише обслуговує комунікацію, а й рефлексує над нею.

Особливу роль у цифровому середовищі відіграє іронізація значення, коли сленгові неологізми втрачають первинну серйозність і набувають комічного або саркастичного забарвлення. Наприклад, лексема *academic wearon* використовується не для позначення реального інтелектуального потенціалу, а як іронічний комплімент у мем-культурі. Подібні зсуви значення зумовлені повторюваністю та контекстуальним переосмисленням.

Семантика таких одиниць часто ґрунтується на спільному культурному кодї, зрозумїлому лише учасникам конкретної спільноти. Це підсилює групову ідентифікацію та водночас ускладнює міжгрупову інтерпретацію. Цифровий контекст, таким чином, стимулює розвиток імпліцитних значень.

Ще однією тенденцією є поява оцінних неологізмів, які швидко виконують функцію соціального маркування. Слова на кшталт *cringe*, *based*, *problematic* використовуються для миттєвої оцінки поведінки, висловлювань або контенту. У цифровому середовищі такі одиниці набувають нормативної сили, оскільки активно впливають на репутацію користувачів. Семантично вони є полісемантичними та контекстно залежними, адже їх значення може змінюватися залежно від інтонації та ситуації. Структурно ці слова часто є короткими та фонетично виразними, що сприяє їх широкому вживанню. Таким чином, цифровий контекст перетворює сленг на інструмент соціального контролю.

Веб-медіа також стимулюють формування неологізмів, пов'язаних із самопрезентацією та цифровою ідентичністю. Наприклад, терміни *soft launch*, *hard launch*, *online persona* відображають стратегії керування власним образом у мережі. Подібні одиниці виникають на перетині соціальної психології та мовної практики. Семантика таких неологізмів тісно пов'язана з культурою спостереження та оцінювання в соціальних мережах. Структурно вони часто є словосполученнями, що поступово переходять у статус стійких одиниць. Це свідчить про вплив цифрового контексту на процес лексикалізації.

Значний вплив на структуру сленгових неологізмів має алгоритмічна природа цифрових платформ. Контент, який отримує більше реакцій, швидше поширюється, а отже, і пов'язані з ним мовні одиниці закріплюються в узусі. Наприклад, слова *viral*, *shadowbanned*, *boosted* безпосередньо пов'язані з механікою платформ. Семантично вони описують невидимі для користувача процеси, що впливають на комунікацію.

Структурна простота таких одиниць забезпечує їх швидке засвоєння. У результаті алгоритми стають непрямими чинниками мовної еволюції.

Цифровий контекст також сприяє поширенню гібридних форм, у яких поєднуються елементи різних мов або стилістичних реєстрів. Наприклад, *brainrot*, *core aesthetic*, *digital detoxing* демонструють змішування розмовної, професійної та публіцистичної лексики. Такі одиниці відображають міждискурсивний характер веб-комунікації. Семантично вони часто є узагальненими та метафоричними. Структурна гнучкість дозволяє їм функціонувати в різних жанрах – від мемів до аналітичних текстів. Це ще раз підтверджує адаптивність цифрового сленгу.

Окремої уваги заслуговує вплив стрімінгових платформ і відеоконтенту на формування сленгових неологізмів. Лексеми *watch party*, *clip farming*, *chat spat* виникають у середовищі прямих трансляцій і поступово переходять у ширший ужиток. Їх семантика тісно пов'язана з колективним споживанням контенту. Структурно ці одиниці часто є двокомпонентними конструкціями, що легко відтворюються. Таким чином, відеоформат впливає не лише на спосіб комунікації, а й на лексичну систему.

У цифровому середовищі також спостерігається тенденція до семантичного «розмивання» меж між сленгом і нейтральною лексикою. Слова, що спочатку мали вузькоспеціалізоване або молодіжне забарвлення, поступово входять у загальний слововжиток. Прикладами є *burnout*, *triggered*, *overstimulated*, які використовуються як у неформальному, так і в публіцистичному дискурсі. Це свідчить про нормалізацію цифрового сленгу. Семантична еволюція таких одиниць відбувається паралельно з розширенням сфер їх уживання. Цифровий контекст, таким чином, виступає мостом між неформальною та стандартною мовою.

Ще одним аспектом впливу цифрового середовища є прискорене моральне старіння сленгових неологізмів. Слова можуть швидко втрачати актуальність або набувати негативних конотацій. Наприклад, *cheugy* використовувалося для критики застарілих трендів, але згодом саме стало

об'єктом іронії. Семантика таких одиниць є нестабільною і залежить від динаміки культурних змін. Це підкреслює циклічність мовної моди в цифровому просторі. У результаті лексична система постійно оновлюється.

Отже, цифровий контекст виступає потужним каталізатором структурних і семантичних змін у сфері сленгових неологізмів. Він стимулює появу скорочених і креативних форм, сприяє розвитку багатозначності, метафоризації та експресивності, а також забезпечує швидке глобальне поширення нових одиниць. Сленгові неологізми, сформовані в цифровому середовищі, характеризуються високим рівнем динамізму, контекстної залежності та соціальної маркованості. Саме ці риси роблять їх важливим об'єктом лінгвістичного аналізу в межах дослідження сучасної англійської мовної комунікації.

### **Висновки до другого розділу**

Аналіз семантичних та функціональних особливостей сленгових неологізмів у сучасних англійських веб-медіа показав, що вони виконують комплексну роль у цифровій комунікації, поєднуючи когнітивну, емоційну та соціальну функції, що дозволяє користувачам ефективно передавати значення, належність до певних спільнот та культурні коди. Сленгові неологізми проявляють високу контекстну залежність, а їх семантика є динамічною та багатозначною, оскільки слова можуть змінювати значення залежно від платформи, субкультури чи конкретного цифрового жанру. Веб-медіа виступають активним середовищем для генерації нових лексичних одиниць, де швидкість поширення та адаптації значно перевищує аналогічні процеси у традиційних комунікативних середовищах. Багато сленгових неологізмів демонструють здатність до метафоризації та комічної іронізації, що забезпечує їх функціонування у мем-культурі та фанатських спільнотах. При цьому спостерігається тісний взаємозв'язок між мовними формами та соціокультурними змінами, оскільки нові слова відображають тенденції глобалізації, технологічні інновації та психологічні патерни користувачів.

Тенденції використання сленгових неологізмів у цифровому просторі свідчать про високу продуктивність словотворчих моделей, зокрема конверсії, афіксації, дезафіксації, словоскладання та абревіації, що забезпечує постійне оновлення лексики. Ці процеси підтримуються соціальними мережами, мікроблогами та стрімінговими платформами, де нові слова з'являються, поширюються і модифікуються за лічені дні або тижні, відображаючи миттєві зміни у культурних трендах. Спостерігається також явище глобалізації сленгу, коли локальні терміни швидко інтегруються у міжнародну комунікацію, а їх семантика підлаштовується під культурні та соціальні особливості різних аудиторій. Крім того, цифровий контекст стимулює появу мультимодальних форм, де лексика поєднується з емодзі, GIF, відео та хештегами, що розширює функціональні та семантичні можливості неологізмів. Мовна гра, фонетичні та графічні експерименти посилюють креативність словотворення та сприяють формуванню унікальної цифрової ідентичності користувачів.

Словотвір сучасної англійської мови у цифровому середовищі характеризується високою продуктивністю та різноманіттям моделей формування нових слів, що дозволяє швидко створювати терміни для нових явищ, технологій та соціальних практик. Афіксація, конверсія, словоскладання та абревіація стають ключовими механізмами, через які веб-спільноти формують гнучкі, адаптивні та функціонально багатозначні одиниці. При цьому цифровий контекст сприяє появі неологізмів, які комбінують лексичні елементи різних частин мови, створюючи полісинтетичні конструкції або метафоричні словосполучення, такі як *doomscrolling*, *main character energy* або *soft launch*. Морфологічна інноваційність у поєднанні з семантичною гнучкістю забезпечує швидку інтеграцію нових термінів у комунікативні практики користувачів. Крім того, словотвір під впливом цифрового середовища демонструє прагнення до економії мовних ресурсів, що особливо помітно у формуванні скорочених слів, абревіатур та акронімів. Ця здатність до оперативного створення нових

лексичних одиниць підтверджує, що цифрова мова відзначається високою адаптивністю та експресивністю. Водночас вона є важливим індикатором соціальних, культурних та технологічних трансформацій у сучасному суспільстві.

Вплив цифрового контексту на семантику сленгових неологізмів проявляється у широкому спектрі контекстно-залежних та багатозначних значень, що відображають соціальні, культурні та психологічні аспекти цифрової взаємодії. Слова у веб-медіа можуть швидко змінювати сенс залежно від платформи, аудиторії або мем-контексту, як, наприклад, *ship*, *simp* або *ghosting*, що демонструє високу гнучкість цифрового сленгу. Семантична адаптація таких одиниць відбувається за принципом соціальної конвенції та культурної релевантності, а їхнє багатofункціональне значення забезпечує комунікативну ефективність у різних цифрових середовищах. Подібна динаміка дозволяє швидко інтегрувати нові явища у мовну практику, формуючи спільні коди для молодіжних, фанатських та професійних спільнот. Цифрові платформи виступають каталізатором як семантичної експансії, так і структурного оновлення мови, що підкреслює їх роль у розвитку сучасного сленгу. Водночас семантична пластичність неологізмів забезпечує їх метафоричну та іронічну функцію у мем-культурі.

### РОЗДІЛ 3.

## ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СЛЕНГОВИХ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНИХ ВЕБ-МЕДІА ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІСЬКОЇ МОВИ

Сучасні веб-медіа відіграють ключову роль у динамічному формуванні та поширенні сленгових неологізмів, оскільки вони створюють простір для швидкої комунікації, де інформація циркулює з високою швидкістю та інтенсивністю. Особливості цифрового середовища, такі як інтерактивність, багатомодальність та глобальний доступ, сприяють виникненню нових лексичних одиниць і дозволяють їм швидко набирати популярності серед різних вікових та соціокультурних груп. Веб-платформи забезпечують масове сприйняття сленгових інновацій, оскільки користувачі активно беруть участь у створенні контенту, коментуванні, репостингу та обговоренні нових одиниць, що підвищує їхню соціальну та мовну значущість. Серед ключових платформ, що стимулюють появу неологізмів, варто виділити *TikTok*, *Instagram*, *Twitter/X* та *YouTube*, де кожен формат контенту має власні лексичні та стилістичні особливості.

Одним із механізмів, який забезпечує популяризацію сленгових одиниць, є вірусність контенту, що виникає через алгоритмічну оптимізацію платформ та активне взаємодії користувачів. Меми, короткі відео, челенджі та стрімінгові трансляції створюють умови для швидкого поширення нових слів і фраз, часто втрачаючи первісний контекст, що стимулює семантичну адаптацію та метафоризацію. Крім того, веб-медіа формують середовище, в якому слова набувають багатозначності, оскільки одне й те саме словосполучення може набувати різних функціональних значень залежно від платформи, авторського наміру та аудиторії. Так, скорочення *FOMO* або *YOLO* в *TikTok* часто набувають додаткових гумористичних чи іронічних конотативних відтінків, які не закріплюються у стандартній лексиці. Таким

чином, веб-медіа виступають не лише каналом поширення, але й активним конструктором мовних інновацій.

Особливу увагу слід приділити ролі алгоритмів у поширенні сленгових неологізмів, оскільки вони визначають видимість контенту та частоту його повторного використання серед аудиторії. Алгоритмічна селекція, що базується на взаємодії користувачів, стимулює поширення одиниць, які демонструють високий потенціал емоційної або когнітивної залученості, що, у свою чергу, прискорює їхнє закріплення у цифровому сленгу. Платформи також формують когнітивні та соціальні рамки для сприйняття нових слів: наприклад, повторювані хештеги або трендові звукові кліпи створюють умови для швидкого розпізнавання та засвоєння нової лексики серед широкого кола користувачів. Вплив алгоритмів особливо помітний у випадках слів із високою культурною чи меметичною цінністю, таких як *simp* або *sus*, що швидко поширюються серед молодіжної аудиторії.

Варто підкреслити, що веб-медіа не лише прискорюють процес поширення сленгових неологізмів, а й формують унікальні соціальні та комунікативні контексти, у яких ці одиниці функціонують. Користувачі мережі активно експериментують із формою та значенням сленгових слів, адаптуючи їх до конкретних жанрових чи емоційних ситуацій. Наприклад, слово *flex* у *Twitter* може позначати хвастощі, демонстрацію статусу або використовуватися іронічно, тоді як у *TikTok* воно набуває гумористичного або пародійного відтінку. Подібна контекстна варіативність демонструє, що веб-медіа виступають не лише джерелом словникових новацій, але й активним середовищем їх семантичної та прагматичної еволюції.

Ключовим чинником популяризації сленгових неологізмів є інтерактивність платформ, яка дозволяє користувачам миттєво реагувати на нові мовні одиниці. Лайки, репости, коментарі та участь у флешмобах створюють своєрідну зворотну комунікаційну петлю, у якій значення слова формулюється не лише автором, а й спільнотою. Таким чином, словникові інновації веб-медіа мають колективний характер, що сприяє їхньому

закріпленню та трансформації залежно від соціальної та культурної динаміки. У цьому контексті сленгові неологізми слугують маркером участі в цифрових спільнотах і демонструють приналежність до певних культурних кодів або субкультур.

Не менш важливим є глобальний характер веб-медіа, який стимулює запозичення сленгових одиниць із різних мовних і культурних середовищ. Японські або корейські слова (наприклад, *kawaii*, *oppa*) інтегруються у англійськомовні меми, *TikTok*-контент та *Instagram*-пости, демонструючи мультикультурну динаміку сучасного сленгу. Подібні приклади засвідчують, що веб-медіа створюють умови для швидкої адаптації слів до локального контексту та цифрового середовища, що сприяє їхній семантичній гнучкості та експресивності. Внаслідок цього словниковий запас інтернет-користувачів стає більш багатозначним, а комунікативні практики – більш креативними та контекстозалежними.

Аналіз веб-медіа також дозволяє виявити закономірності функціонування сленгових одиниць у різних жанрах і форматах цифрової комунікації. Наприклад, меми та відеочеленджі формують швидкоплинні, ситуативні одиниці, тоді як трендові хештеги або популярні скорочення (*FOMO*, *TL;DR*) можуть закріплюватися як постійні елементи онлайн-лексики. Така диференціація дає змогу дослідникам оцінювати ступінь стабільності та трансформації сленгових неологізмів, а також прогнозувати їхнє подальше поширення.

Слід зазначити, що веб-медіа сприяють розвитку не лише лексичних інновацій, а й нових словотвірних моделей, що відображають потреби цифрового комунікативного середовища. Телескопізми, акроніми та скорочення виникають як результат прагнення до економії мовних ресурсів і одночасно слугують засобом стилістичної гри та гумору. Поширення таких одиниць у мережі створює нові моделі сприйняття та інтерпретації слів, що, у свою чергу, впливає на розвиток креативної мовної компетенції користувачів.

Розглянувши механізми формування та поширення сленгових неологізмів у веб-медіа, доцільно звернути увагу на їх практичне значення у навчанні англійської мови, адже цифрове середовище створює унікальні можливості для формування комунікативної компетенції. Веб-платформи не лише прискорюють появу нових одиниць, а й формують контекстуальну базу для їхнього засвоєння, що особливо важливо для студентів і молоді, які прагнуть розуміти сучасну англійську культуру. Використання сленгових неологізмів у навчанні дозволяє відтворювати реальні мовні практики, забезпечуючи інтерактивність та емпіричну значущість мовного матеріалу.

Сучасні навчальні методики підкреслюють важливість аутентичного матеріалу, а веб-медіа надають його в надлишку: короткі відео, меми, стріми, блоги та пости у соціальних мережах формують реалістичний мовний контекст, у якому студенти можуть спостерігати живе вживання сленгових неологізмів. Важливим аспектом є те, що такі одиниці зазвичай супроводжуються невербальними чи мультимодальними сигналами, які допомагають сприймати емоційне та прагматичне забарвлення слова, наприклад через інтонацію, міміку, смайли або візуальні ефекти. Використання подібного матеріалу сприяє розвитку не лише лексичного запасу, але й навичок інтерпретації контексту, соціальної та прагматичної компетенції.

Впровадження сленгових неологізмів у навчальний процес дозволяє формувати міжкультурну компетенцію, оскільки більшість одиниць відображає соціальні та культурні практики носіїв мови. Так, слова *stan*, *simp* або *ghosting* несуть у собі емоційні та культурні конотації, розуміння яких неможливе без врахування цифрової субкультури та молодіжного контексту. Викладачі можуть використовувати ці одиниці для пояснення соціальних кодів, культурних норм і мовних стратегій, що формують сучасну англійську комунікацію, тим самим забезпечуючи глибше розуміння мови за межами традиційного словникового підходу.

Особливо ефективним є поєднання сленгових неологізмів із проектними та інтерактивними методиками навчання, де студенти виконують завдання, пов'язані зі створенням контенту або аналізом веб-постів. Наприклад, робота над короткими відео або мемами з використанням сучасних сленгових одиниць сприяє активному словотвору, закріпленню значень та розвитку креативності мовця. Такий підхід дозволяє не лише запам'ятовувати нові слова, але й навчитися вживати їх у відповідних соціокультурних та комунікативних контекстах.

Крім того, веб-медіа дозволяють адаптувати навчальний матеріал до рівня та інтересів аудиторії, що робить процес засвоєння сленгових неологізмів більш мотивуючим і природним. Наприклад, молодші студенти можуть працювати з популярними *TikTok*-трендами, тоді як старші аудиторії можуть аналізувати цифрові меми або пости у *Twitter/X* з акцентом на комунікативну функцію слів. Така диференціація забезпечує персоналізацію навчання і водночас підтримує високу активність та залученість учнів у процес засвоєння сучасної англійської.

Особливу увагу варто приділити розвитку цифрової мовної грамотності, адже розуміння сленгових неологізмів включає вміння інтерпретувати контекст, оцінювати авторські наміри та відтінки значень. Студенти, які освоюють сучасний цифровий сленг, набувають умінь критичного аналізу онлайн-контенту, розрізняють іронію, сарказм, експресивне забарвлення, що значно підвищує ефективність комунікації та адекватність реагування у реальному цифровому середовищі.

Використання сленгових неологізмів сприяє також розвитку продуктивних навичок мови, зокрема письма та усного мовлення. Студенти можуть створювати власні повідомлення, коментарі, мікроблоги або короткі відео з використанням актуальних сленгових одиниць, що формує навички комунікації у реальних життєвих ситуаціях. При цьому вони відпрацьовують не лише лексичні та граматичні структури, а й соціальні та прагматичні

стратегії, що дозволяє інтегрувати навчання мови у сучасний комунікативний дискурс.

Варто зазначити, що робота зі сленговими неологізмами підвищує мотивацію студентів, оскільки вони бачать практичну користь мови та можуть застосовувати її для самовираження у реальних цифрових середовищах. Використання мемів, відео та інтерактивних платформ створює умови для активного та емоційно забарвленого навчання, що значно підвищує ефективність засвоєння матеріалу. Водночас, викладачі можуть проводити дискусії щодо доречності та стилістичної адекватності вживання сленгових одиниць, що розвиває рефлексивне та критичне мислення.

Системний аналіз сленгових неологізмів веб-медіа у навчанні дозволяє формувати інтегровану модель розвитку комунікативної компетенції, що включає лексичну, прагматичну, соціокультурну та цифрову складові. Студенти отримують можливість не лише запозичувати нові слова, а й усвідомлювати механізми їх утворення, поширення та адаптації, що підвищує їхню мовну гнучкість і здатність до швидкої комунікаційної реакції у реальному цифровому середовищі.

Отже, використання сленгових неологізмів у веб-медіа як навчального матеріалу забезпечує багаторівневий розвиток мовної компетенції, поєднуючи традиційні лексико-граматичні аспекти з сучасними соціокультурними і цифровими практиками. Це дозволяє створювати живий, інтерактивний, контекстуально насичений навчальний процес, що готує студентів до ефективного використання англійської мови у глобальному цифровому просторі.

Логічним продовженням аналізу практичного значення сленгових неологізмів є визначення методів їх ефективною інтеграції у навчальний процес, що забезпечує цілісне засвоєння сучасної англійської мови та розвиток комунікативної компетенції. Викладачі, орієнтовані на цифрові практики, можуть використовувати підхід, що поєднує традиційні методи навчання лексики із сучасними веб-ресурсами, включно з соціальними

мережами, мем-культурами та інтерактивними платформами. Даний підхід дозволяє студентам одночасно спостерігати за живим мовленням носіїв та активно застосовувати нові одиниці у власних комунікативних продуктах.

Одним із базових методів інтеграції є тематичне навчання, де сленгові неологізми групуються за соціокультурними, професійними або віковими контекстами, що дозволяє студентам формувати асоціативні зв'язки та розуміти комунікативну функцію слів у реальних ситуаціях. Наприклад, блок «Молодіжна культура» може включати слова *stan*, *simp*, *ghosting*, а блок «Цифрові технології» – терміни *meme*, *viral*, *deepfake*, що забезпечує системне засвоєння лексики відповідно до контексту. Подібний тематичний підхід одночасно сприяє розвитку лексичної та соціокультурної компетенцій, дозволяючи студентам відтворювати мовні практики носіїв у відповідних ситуаціях.

Інтерактивні завдання є ще одним ефективним методом, оскільки вони формують активну мовленнєву позицію студента і стимулюють продуктивне використання сленгових неологізмів. До таких завдань належать рольові ігри, створення власних цифрових повідомлень, постів, відео чи мемів з актуальними словами, а також коментування контенту однолітків у навчальному середовищі. Виконання інтерактивних завдань забезпечує практичне відпрацювання значень, прагматичних функцій та емоційного забарвлення слів, сприяючи закріпленню їх у довготривалій пам'яті.

Метод порівняльного аналізу дозволяє студентам усвідомлювати відмінності у значеннях сленгових неологізмів у різних культурних або цифрових контекстах. Наприклад, поняття «*ship*» у фанатських спільнотах може мати позитивне або нейтральне забарвлення, тоді як у ширшому цифровому дискурсі воно сприймається як елемент гумору або іронії. Використання порівняльного методу сприяє розвитку когнітивної компетенції та критичного мислення, дозволяючи студентам оцінювати контекстуальні відтінки та стильові особливості сленгу.

Аналіз медіа-контенту є ще одним ключовим методом інтеграції, який передбачає систематичне вивчення постів, відео, мемів та коментарів у соціальних мережах, блогах та форумах. Викладачі можуть організовувати завдання на визначення значення сленгових одиниць, їх емоційного та прагматичного забарвлення, а також на розпізнавання культурних конотативних особливостей. Такий метод забезпечує екологічність навчання, оскільки студент оперує автентичними матеріалами, що відображають реальні мовні практики сучасних носіїв англійської мови.

Метод проектної діяльності дозволяє студентам створювати власні комунікативні продукти з використанням сленгових неологізмів веб-медіа, що сприяє інтеграції знань на різних рівнях: лексичному, граматичному, прагматичному та соціокультурному. Наприклад, студенти можуть розробляти міні-кампанії в соціальних мережах, складати блог-пости або створювати серії мемів, використовуючи актуальні терміни. Проектна діяльність стимулює креативність, розвиває комунікативні навички та готує студентів до реальних ситуацій взаємодії у цифровому англійськомому просторі.

Використання мультимедійних платформ і цифрових інструментів, таких як відео, подкасти, інтерактивні словники та онлайн-глосарії, сприяє більш глибокому засвоєнню сленгових неологізмів. Поєднання візуального та аудіального компонентів з контекстуальними прикладами значно підвищує ефективність запам'ятовування та правильного вживання слів. Крім того, такі платформи дозволяють відслідковувати актуальні тренди та оновлення лексики в реальному часі, що є важливим аспектом для навчання сучасної англійської мови.

Системне використання словотвірного аналізу як методичного інструменту допомагає студентам розуміти механізми утворення сленгових неологізмів і прогнозувати значення нових одиниць. Наприклад, аналіз префіксів і суфіксів (*-gate*, *-holic*, *un-*, *re-*) дозволяє визначити відтінки значення слів і зрозуміти процес адаптації неологізмів до різних

комунікативних контекстів. Такий метод розвиває аналітичні навички та забезпечує усвідомлене використання нових одиниць у мовленні.

Комбінований метод, що включає поєднання тематичного, інтерактивного та проектного підходів, забезпечує синтез лексичного, соціокультурного та цифрового компонентів навчання. Його ефективність полягає у формуванні комплексної мовної компетенції, що дозволяє студентам застосовувати сленгові неологізми не лише у навчальному середовищі, а й у реальних комунікативних ситуаціях цифрового простору.

Особливу увагу варто приділити рефлексії та обговоренню результатів навчальної діяльності, оскільки це дозволяє студентам оцінювати доцільність і доречність використання сленгових неологізмів у різних комунікативних контекстах. Обговорення кейсів, аналіз помилок та інтерпретацій підвищує критичне мислення, формує комунікативну гнучкість і сприяє усвідомленому використанню сучасного англійського сленгу.

Отже, інтеграція сленгових неологізмів веб-медіа у навчальний процес здійснюється через системне поєднання тематичних блоків, інтерактивних і проектних методик, медіа-аналізу та словотвірного підходу, що забезпечує комплексне формування лексичної, прагматичної, соціокультурної та цифрової компетенцій. Такий методологічний підхід дозволяє студентам опанувати сучасну англійську мову у її живому, актуальному та контекстуально насиченому вимірі, готуючи їх до ефективної комунікації у глобальному цифровому середовищі.

Інтеграція сленгових неологізмів у навчальний процес потребує системного підходу до адаптації матеріалу залежно від рівня мовної підготовки студентів, що забезпечує усвідомлене і безпечне освоєння сучасної лексики. На початкових рівнях рекомендується здійснювати селекцію сленгових одиниць за складністю та частотністю, обираючи слова та вирази, які найчастіше зустрічаються у цифрових комунікаціях і мають просте фонетичне та морфологічне оформлення. Подібний підхід дозволяє

мінімізувати когнітивне навантаження, одночасно ознайомлюючи студентів з актуальною лексикою веб-медіа.

Створення пояснювальних матеріалів і тематичних глосаріїв є важливою складовою адаптації, оскільки надає студентам можливість самостійно орієнтуватися у значеннях та функціях сленгових неологізмів. Глосарії можуть включати приклади вживання в контексті, граматичні особливості та відтінки значення, що сприяє глибшому розумінню лексеми та її комунікативної ролі. Для ефективності навчання рекомендується структурувати матеріали за тематичними блоками, наприклад «Цифрові технології», «Молодіжна культура», «Соціальні мережі».

Підготовка інтерактивних вправ, що передбачають аудіо- та відеоматеріали, а також чат-симуляції, дозволяє студентам відпрацьовувати нові слова в умовах, максимально наближених до реальної комунікації. Наприклад, відтворення сценаріїв соціальних мереж, коментування відео або створення власних постів забезпечує практичну інтеграцію сленгових неологізмів у мовленнєву діяльність. Це сприяє розвитку як лексичної компетенції, так і цифрової грамотності, що є невід'ємними складовими сучасного навчального процесу.

Комбінування сленгових одиниць із стандартною лексикою дозволяє забезпечити поступове засвоєння нових слів і мінімізувати ризик неправильного розуміння або надмірної орієнтації на сленг. Така стратегія включає використання сленгових форм як додаткових елементів до більш звичних виразів і дозволяє студентам усвідомлювати відмінності у стилі та контексті. Це особливо актуально для студентів середнього та просунутого рівнів, які вже володіють базовою граматикою та лексикою англійської мови.

Для дітей і підлітків адаптація сленгу потребує особливої обережності та врахування вікових особливостей сприйняття мови. Важливо підбирати слова з позитивним або нейтральним емоційним забарвленням та уникати термінів із негативними конотативними значеннями. Для дорослих студентів методи адаптації можуть бути більш гнучкими, включаючи терміни, що

відображають сучасні цифрові тенденції, мем-культуру та актуальні медіа-практики.

Використання контекстуальних прикладів є ключовим для адаптації, оскільки значення сленгових неологізмів часто формується через культурні й соціальні конотації. Викладач може створювати завдання на виявлення відтінків значення, оцінку емоційного забарвлення та визначення доречності використання слова в різних ситуаціях. Це сприяє розвитку критичного мислення і комунікативної гнучкості студентів.

Метод порівняння з класичною лексикою дозволяє студентам усвідомлювати функціональні відмінності між стандартними і сленговими виразами. Наприклад, порівняння слів «*friend*» і «*unfriend*» або «*fun*» і «*lit*» допомагає зрозуміти специфіку семантики сленгових неологізмів. Такий підхід сприяє не лише засвоєнню лексики, а й формуванню навичок адекватного використання її у різних стилістичних ситуаціях.

Розробка адаптованих завдань із поступовим ускладненням матеріалу дозволяє враховувати індивідуальні темпи навчання студентів. Початковий етап передбачає роботу з окремими словами та простими контекстами, а наступні рівні включають створення діалогів, редагування текстів і написання власних медіа-контентів. Дана система забезпечує інтеграцію лексики у продуктивні види мовленнєвої діяльності.

Інтеграція мультимедійних ресурсів із пояснювальними матеріалами і проектними завданнями забезпечує максимальне занурення студентів у реальні комунікативні практики. Відео, подкасти, стріми та інтерактивні онлайн-ігри дозволяють відтворювати ситуації реального спілкування та забезпечують постійне оновлення словникового запасу відповідно до сучасних цифрових тенденцій.

Таким чином, системна адаптація сленгових неологізмів передбачає поєднання селекції за частотністю та складністю, створення глосаріїв, інтерактивних і проектних завдань, контекстуальних прикладів і комбінованого використання зі стандартною лексикою. Такий підхід

забезпечує ефективне засвоєння сучасної англійської мови та розвиток комунікативної, соціокультурної й цифрової компетенцій студентів різних рівнів мовної підготовки.

Використання сленгових неологізмів у навчальному процесі, попри очевидні переваги, пов'язане з низкою потенційних проблем і ризиків, які потребують системного аналізу та корекції. Однією з головних складностей є можливість неправильного тлумачення або невідповідності контексту, що може призвести до формування хибних уявлень про значення та функції слів у реальному мовленні. Це особливо актуально для студентів початкового рівня, які не володіють достатньою когнітивною базою для інтерпретації складних або багатозначних сленгових одиниць.

Ризики надмірної залежності від цифрового сленгу полягають у потенційному спрощенні мовної норми та деградації стилістичної гнучкості. Студенти можуть автоматично застосовувати сленг у будь-якому контексті, що негативно позначається на їхній здатності адаптувати мову до формальних та академічних ситуацій. Для уникнення цього необхідно поєднувати навчання сленгу із систематичною роботою зі стандартною лексикою та граматиною.

Відсутність усталених перекладів та культурних еквівалентів становить ще одну проблему, оскільки неологізми часто пов'язані з локальними цифровими практиками, мем-культурою або молодіжним дискурсом. Це ускладнює їх переклад та пояснення для студентів, особливо в умовах дистанційного навчання, де прямий контакт із носіями мови обмежений.

Регулярне оновлення матеріалів є необхідним для забезпечення актуальності сленгової лексики. Сленгові неологізми відзначаються високою динамічністю: вони швидко виникають, змінюють значення або виходять з ужитку, що потребує постійного моніторингу цифрових медіа та оперативної адаптації навчальних програм. В іншому випадку студенти отримують застарілу або частково невірну інформацію.

Ще одним викликом є потенційна складність контролю над стилістичною доцільністю сленгових одиниць, оскільки одні й ті самі слова можуть мати різне значення в залежності від соціокультурного контексту, платформи та аудиторії. Наприклад, *ghosting* у романтичних стосунках має негативну конотацію, а у мем-культурі може використовуватися іронічно або гумористично.

Для мінімізації ризиків важливим є пояснення контексту та порівняння сленгових слів із класичною лексикою, що дозволяє студентам усвідомлювати межі використання і функціональні відмінності. Викладачі повинні наголошувати на доречності застосування сленгу в різних комунікативних ситуаціях і демонструвати наслідки неправильного вживання.

Розробка адаптованих навчальних матеріалів із глосаріями, контекстуальними прикладами та інтерактивними вправами допомагає зменшити когнітивне навантаження та сприяє усвідомленому освоєнню сленгової лексики. Такий підхід дозволяє зберегти баланс між практичним використанням сучасного сленгу і дотриманням мовних норм.

Використання мультимедійних ресурсів з коментуванням і аналізом контенту дозволяє студентам оцінювати доречність вживання сленгових одиниць у реальних ситуаціях. Розбір помилок та кейсів з реальних веб-медіа сприяє формуванню критичного мислення та розвитку соціокультурної компетенції.

Інтеграція сленгових неологізмів повинна відбуватися поступово, з врахуванням рівня мовної підготовки студентів та особливостей навчального курсу. Лише системне і контрольоване введення сленгових одиниць дозволяє забезпечити ефективне засвоєння матеріалу без шкоди для мовної норми та комунікативної компетенції.

Отже, проблеми і ризики використання сленгових неологізмів у навчанні можна мінімізувати шляхом системної адаптації матеріалів, пояснення контексту, поєднання зі стандартною лексикою та регулярного

оновлення ресурсів, що дозволяє ефективно інтегрувати сучасну цифрову лексику у процес вивчення англійської мови.

Інтеграція веб-медіа у навчальні курси англійської мови відкриває нові можливості для практичного використання сленгових неологізмів, оскільки студенти отримують доступ до автентичного мовного матеріалу, що відображає сучасну комунікативну практику. Використання соціальних мереж, стрімів, мемів та відеоконтенту дозволяє поєднувати теоретичні знання з практичними навичками, стимулюючи розвиток продуктивного мовлення та сприйняття мовних нюансів. Крім того, веб-медіа слугує мотиваційним фактором, заохочуючи студентів до активної участі у комунікації та формуючи інтерес до сучасної англійської мовної культури.

Використання сленгових одиниць у навчальних програмах може виконувати комунікативну та соціокультурну функцію, оскільки знайомство з ними дозволяє студентам зрозуміти специфіку цифрового мовлення та інтегруватися у відповідні соціальні та культурні контексти. Для досягнення цієї мети викладачі можуть створювати інтерактивні завдання, рольові ігри та проекти, що передбачають аналіз актуальних мемів, постів і відео, де сленг використовується у природних умовах. Такий підхід формує аналітичне мислення та розвиває навички критичного оцінювання нових лексичних одиниць.

Системна адаптація сленгових неологізмів передбачає добір матеріалу з урахуванням складності, частотності та вікових особливостей студентів, оскільки ефективність сприйняття лексики значною мірою залежить від рівня підготовки та попереднього мовного досвіду. Для молодших учнів рекомендується відбирати прості, нейтральні або позитивно забарвлені одиниці, тоді як для старшої аудиторії доцільно вводити більш складні конструкції, що включають метафори, культурні алюзії та приклади сучасної мем-культури.

Створення пояснювальних матеріалів і глосаріїв є ефективним методом забезпечення розуміння значення сленгових неологізмів, оскільки більшість

таких одиниць не має прямих відповідників у стандартній українській мові. Важливо надавати детальні семантичні пояснення, приклади контекстного вживання та інтонаційні особливості, що дозволяє студентам уникнути хибного тлумачення та формує уявлення про соціокультурні функції сленгу. Такі матеріали також сприяють розвитку навичок самостійного пошуку і аналізу нових лексичних одиниць.

Використання інтерактивних вправ із аудіо, відео та чат-симуляцій створює умови для практичного засвоєння сленгових одиниць у динамічному комунікативному середовищі. Студенти можуть імітувати реальні діалоги, брати участь у дискусіях та виконувати завдання, які відтворюють ситуації з цифрового простору. Поєднання сленгу зі стандартною лексикою дозволяє розвивати мовну гнучкість і адаптивність, що є необхідним для ефективної комунікації у сучасних цифрових медіа.

Включення сленгових неологізмів у тести, словники та навчальні посібники забезпечує систематизацію навчального процесу та сприяє формуванню цілісного мовного ресурсу. При цьому важливо поєднувати традиційні методи викладання з новітніми технологічними ресурсами, щоб студенти могли не лише засвоїти значення слів, а й зрозуміти їх функціональні та соціокультурні аспекти. Такі підходи формують комплексну мовну компетенцію та сприяють розвитку критичного мислення.

Перспективним напрямом є інтеграція сленгових неологізмів у проектну діяльність студентів, що передбачає аналіз контенту соціальних мереж, створення авторських постів і відеоматеріалів із використанням сучасного сленгу. Це дозволяє студентам не лише практично застосовувати лексичний матеріал, але й розвивати навички дослідження комунікативних тенденцій та формувати соціокультурну компетентність. У свою чергу, такий підхід стимулює мотивацію та активну участь у навчальному процесі.

Адаптація методик перекладу та пояснення сленгових одиниць є необхідною для забезпечення точності розуміння студентами, оскільки багато неологізмів не мають усталених перекладів і можуть містити

культурні алюзії, характерні лише для англомовного цифрового середовища. Викладачі повинні застосовувати комбіновані підходи, поєднуючи транскрипцію, описові пояснення та порівняння з класичною лексикою, що мінімізує ризики неправильного вживання та підвищує ефективність засвоєння лексики.

Значення веб-медіа у розвитку сучасного сленгу підкреслює необхідність постійного моніторингу мовних тенденцій та оновлення навчальних матеріалів. Студенти, які знайомляться з актуальними прикладами цифрового мовлення, здобувають не лише лексичні знання, а й навички адаптації до різних комунікативних ситуацій у глобальному середовищі. Такий підхід забезпечує формування компетентного користувача англійської мови, здатного орієнтуватися у сучасних цифрових практиках.

Отже, системне використання сленгових неологізмів у навчальних програмах англійської мови забезпечує комплексний розвиток комунікативної, соціокультурної та когнітивної компетенції студентів. Інтеграція веб-медіа, адаптація матеріалів за віком і рівнем підготовки, створення інтерактивних завдань, пояснення значень та культурних конотативних відтінків дозволяють поєднати теоретичні знання з практичними навичками. Подальші дослідження у цій галузі мають сприяти розробці нових методик, мультимедійних ресурсів і цифрових платформ, що підвищать ефективність засвоєння сучасного англійського сленгу у навчальному процесі.

### **Висновки до третього розділу**

Практичне використання сленгових неологізмів у навчанні англійської мови демонструє високий потенціал для розвитку комунікативної компетенції студентів, оскільки інтеграція веб-медіа дозволяє ознайомлювати учнів із автентичними прикладами сучасного мовлення, стимулюючи активну участь у цифровому комунікативному просторі та формування соціокультурного контексту. Використання сленгових одиниць

як навчального матеріалу забезпечує розвиток емоційної, когнітивної та прагматичної компетентності, оскільки студенти не лише засвоюють лексичні значення, а й розуміють соціальні функції та культурні конотації сленгу. Особливо ефективними є інтерактивні вправи, рольові ігри та проекти, що поєднують аналіз мемів, відео та постів із практичними завданнями, що сприяє формуванню навичок критичного оцінювання мовних явищ. Адаптація матеріалу за рівнем складності та віковими особливостями студентів дозволяє уникнути когнітивного перевантаження та підвищує ефективність сприйняття нової лексики, водночас забезпечуючи її практичне закріплення у комунікаційних ситуаціях. Використання пояснювальних матеріалів, глосаріїв та комбінованих методів перекладу сприяє уникненню хибного тлумачення та формує усвідомлене розуміння сленгових одиниць у контексті цифрового середовища. Інтеграція сленгових неологізмів у тести, словники та навчальні посібники забезпечує систематизацію знань і формування комплексного мовного ресурсу, що поєднує стандартну лексику із сучасними комунікативними практиками.

Адаптація сленгових неологізмів передбачає не лише підбір матеріалу за частотністю та складністю, а й створення контекстуальних пояснень, що враховують культурні та соціальні особливості аудиторії, оскільки багато сучасних сленгових одиниць містять алюзії, меметичні структури та інтонаційні нюанси, які важко передати без пояснення. Використання мультимедійних ресурсів, таких як відео, аудіо та чат-симуляції, дозволяє моделювати реальні комунікативні ситуації та сприяє формуванню мовної гнучкості, що є критично важливим для засвоєння нових лексичних одиниць. Проектна діяльність, пов'язана з аналізом сучасного сленгу, забезпечує розвиток аналітичного мислення та здатності до критичної оцінки інформації, що надходить із різних цифрових платформ, а також стимулює творче використання мови. Водночас інтеграція сленгових одиниць у навчальні матеріали дозволяє сформувати мотиваційний потенціал, оскільки студенти бачать практичну цінність знань і отримують можливість

комунікувати у сучасному цифровому середовищі. Застосування комбінованих методів перекладу, включаючи транскрипцію, описовий переклад і порівняння з класичною лексикою, забезпечує точність розуміння та мінімізує ризики неправильного вживання сленгових одиниць. Врахування цих методичних аспектів є необхідним для систематичного впровадження сленгу у навчальні програми та забезпечує ефективне поєднання теоретичної підготовки та практичної діяльності.

Перспективи подальшого дослідження у сфері використання сленгових неологізмів у навчанні англійської мови пов'язані з розробкою динамічних методик інтеграції веб-медіа, систематизацією актуальних цифрових прикладів та оновленням навчальних матеріалів відповідно до тенденцій сучасного сленгу. Використання таких підходів дозволяє не лише підтримувати актуальність лексичного матеріалу, але й сприяє формуванню в учнів здатності до самостійного аналізу та адаптації нових мовних одиниць у різних комунікативних ситуаціях. Важливим аспектом залишається поєднання сленгу з традиційною лексикою та граматичними структурами, що забезпечує гармонійний розвиток мовної компетенції і запобігає виникненню мовних помилок. Розробка проектів і інтерактивних завдань сприяє розвитку творчого та критичного мислення, формує комунікативну гнучкість та розуміння культурного контексту англійськомовного середовища. Використання сленгових неологізмів як навчального ресурсу також стимулює інтерес студентів до сучасної англійської мови та мотивує до активної участі у цифрових комунікативних практиках. Крім того, постійне моніторинг і аналіз мовних тенденцій у веб-медіа дозволяють оновлювати навчальні матеріали та підтримувати відповідність сучасним стандартам комунікації. Отже, впровадження сленгових одиниць у навчальні програми є необхідним як для підвищення ефективності викладання, так і для формування компетентного користувача англійської мови у цифровому середовищі.

## ВИСНОВКИ

Метою дослідження було комплексне вивчення структурних і семантичних особливостей англійських сленгових неологізмів у мові сучасних веб-медіа, що дозволило виявити взаємозв'язок між цифровим контекстом та мовною динамікою, а також простежити, як цифрове середовище впливає на словотворчі процеси та семантичну гнучкість термінів. Аналіз показав, що сленгові неологізми виконують багатовимірні функції: когнітивні, емоційні та соціальні, сприяючи швидкому обміну інформацією, формуванню цифрової ідентичності користувачів і підтримці інтерактивності у спільнотах. Встановлено, що цифрові платформи створюють умови для миттєвої появи нових слів, їх швидкої адаптації та глобального поширення, що робить словниковий запас динамічним і контекстно-залежним. Дослідження підтвердило значущість продуктивних словотворчих моделей, здатних формувати нові одиниці на основі існуючих слів, мемів та популярних культурних трендів. Семантична пластичність сленгу забезпечує багатофункціональність і дозволяє передавати метафоричні, іронічні та емоційні значення. Результати дослідження демонструють, що вивчення сленгових неологізмів є важливим для розуміння сучасних мовних практик, цифрових комунікацій та культурних процесів у глобальному цифровому середовищі. Отже, досягнення мети дозволяє створити цілісне уявлення про структурно-семантичні закономірності цифрового сленгу в англійській мові веб-медіа.

У процесі дослідження сутність поняття «сленговий неологізм» була детально проаналізована, що дозволило узагальнити основні підходи до його класифікації у працях вітчизняних і зарубіжних мовознавців, враховуючи лексичні, морфологічні та соціокультурні критерії. Було встановлено, що сленгові неологізми включають фонологічні, морфологічні, запозичені та контекстно-залежні одиниці, а також слова, утворені за моделями словотвору сучасної англійської мови. Класифікаційний аналіз підкреслив значущість

розмежування потенційних і фактичних неологізмів, а також активних і пасивних форм словотворення, що відображає їхню гнучкість і функціональність. Порівняльний аналіз вітчизняних і зарубіжних джерел дозволив виявити універсальні та специфічні підходи до категоризації сленгових одиниць. Дослідження показало, що поняття «сленговий неологізм» є багатофакторним і поєднує лексичні, соціальні та комунікативні аспекти. Крім того, було зафіксовано значущість контексту для визначення нових слів та їх приналежності до цифрового сленгу. Загалом, результати аналізу систематизували наукові підходи до вивчення сленгових неологізмів і заклали основу для подальшого дослідження функцій та тенденцій їх використання.

Визначення основних функцій сленгових неологізмів у сучасній англomовній комунікації виявило, що вони поєднують економію мовних ресурсів, передавання емоційного стану, самоідентифікацію користувачів, формування соціальної належності та креативне відображення культурних трендів. Ці одиниці виконують регулятивні та інтерактивні функції, полегшуючи швидкий обмін інформацією у чатах, форумах, соціальних мережах та стрімінгових платформах. Сленгові терміни сприяють виділенню субкультур і груп за інтересами, формуючи мовні маркери приналежності та індивідуалізації. Дослідження підтвердило, що емоційна насиченість сленгових неологізмів у поєднанні з мем-культурою забезпечує ефективну комунікацію у цифровому середовищі та створює умови для виникнення іронічних, жартівливих та метафоричних значень. Виявлено, що функції сленгу взаємопов'язані і взаємно підсилюють одна одну, створюючи комплексний комунікативний ефект. Отже, сленгові неологізми виступають багатовимірними одиницями, що поєднують когнітивні, соціальні та культурні аспекти сучасної англomовної мови.

Дослідження семантичних та функціональних особливостей сленгових неологізмів у цифровому медійному дискурсі показало, що вони характеризуються високою контекстною залежністю, багатозначністю та

динамічністю змісту, що забезпечує швидку адаптацію до комунікативних потреб різних платформ та субкультур. Встановлено, що терміни можуть змінювати значення залежно від цифрового середовища, як, наприклад, *ship*, *ghosting*, *simp*, демонструючи гнучкість сучасного сленгу. Також відзначено активне використання мультимодальних форм, коли слова поєднуються з емодзі, GIF, відео та хештегами, що розширює комунікативні та семантичні функції неологізмів. Семантична інноваційність проявляється у створенні багатофункціональних конструкцій, які одночасно виконують емоційні, іронічні та соціальні завдання. Аналіз показав, що цифрове середовище стимулює морфологічну та графічну інноваційність, включаючи нові дієслова, прикметники та іменники на основі мемів та технологічних термінів. Таким чином, цифровий дискурс виступає каталізатором структурної та семантичної трансформації сленгових неологізмів, забезпечуючи їхню швидку адаптацію та багатофункціональність.

Виявлення провідних тенденцій використання сленгових неологізмів у веб-медіа показало, що цифрове середовище стимулює появу коротких слів та абревіатур, багатозначних фраз, а також активну інтеграцію нових термінів у мем-культуру та популярні цифрові тренди. Платформи, такі як *TikTok*, *Instagram* і *Twitter*, сприяють глобальному поширенню локальних сленгових одиниць, а також їхній адаптації до культурних і соціальних контекстів різних країн, як у випадку *cap*, *drip*, *main character energy* та *big mood*. Аналіз показав, що цифрові платформи підтримують креативність словотвору через морфологічні новації та графічні експерименти, а також стимулюють створення багатозначних, контекстно-залежних термінів. Тенденції підтверджують здатність сленгових неологізмів швидко інтегруватися у повсякденну комунікацію та виконувати комплексні семантичні, емоційні та соціальні функції. Дослідження також встановило, що цифровий контекст значно прискорює глобалізацію сленгу та формування міжнародних культурних кодів. Можна стверджувати, що тенденції веб-медіа

демонструють динамічний розвиток, контекстну гнучкість та креативність сучасного сленгу.

Систематизація основних словотворчих моделей показала високу продуктивність афіксації, конверсії, словоскладання, абрєвіації, дезафіксації та компресії, які дозволяють швидко та ефективно створювати нові одиниці з різноманітними морфологічними та семантичними характеристиками. Дослідження підтвердило тісний зв'язок словотворчих процесів із культурними трендами та мем-культурою, що сприяє виникненню багатозначних і метафоричних форм. Також встановлено, що словотворчі моделі стимулюють експерименти з фонетикою, графічним написанням та морфологією слів, що підвищує комунікативну ефективність. Продуктивність моделей підтверджується швидким глобальним поширенням термінів у веб-медіа та їх інтеграцією у повсякденну комунікацію. Систематизація словотворчих механізмів дозволила виявити закономірності появи, адаптації та функціонування сленгових неологізмів у цифровому середовищі. Отже, словотворчі моделі є ключовим чинником структурної та семантичної еволюції сучасного англomовного сленгу.

Вплив цифрового контексту на структуру та семантику сленгових неологізмів проявляється у швидкій адаптації нових слів, формуванні багатозначних фраз та появі морфологічних і графічних інновацій, що забезпечує їхню функціональну гнучкість. Цифрові платформи стимулюють глобальне поширення термінів та їх локальну адаптацію у різних культурних і соціальних контекстах. Веб-медіа формують унікальне середовище, де слова інтегруються в мультимодальні конструкції, поєднуючись із відео, GIF, емодзі та хештегами, що розширює комунікативні та семантичні функції неологізмів. Семантична динаміка цифрового сленгу забезпечує багатофункціональність, контекстну залежність і метафоричну насиченість нових лексичних одиниць. Морфологічна інноваційність проявляється у творенні дієслів, прикметників та іменників на основі мемів та технологічних термінів, що підтверджує творчий потенціал мовців. Цифровий контекст

виступає каталізатором структурних змін у словотворі та семантичній пластичності, що забезпечує швидке реагування мови на соціальні та культурні трансформації. Можемо говорити про те, що цифрове середовище є визначальним чинником розвитку сучасного англомовного сленгу, забезпечуючи його адаптивність та глобальну комунікативну функцію.

Практичне значення результатів дослідження полягає у можливості їх застосування для вивчення сучасної англійської мови, аналізу цифрового сленгу та формування методичних підходів до викладання мовних інновацій у навчальному процесі. Отримані дані можуть використовуватися для створення навчальних матеріалів, орієнтованих на актуальні лексичні тенденції, мем-культуру та цифрові комунікативні стратегії. Включення сленгових неологізмів у навчальний процес сприяє розвитку мовної креативності, усвідомлення контекстної гнучкості та соціокультурної компетенції студентів. Крім того, результати можуть допомогти в аналізі трансформацій сучасної англійської мови та її адаптації до цифрового середовища. Використання матеріалів дослідження дозволяє навчати студентів інтерпретації багатозначних та контекстно-залежних значень, що є актуальним для міжкультурної комунікації. Практичне впровадження отриманих знань підвищує ефективність вивчення цифрового дискурсу, веб-медіа та сучасного сленгу. Отже, результати дослідження мають значну цінність для лінгвістики, методики викладання англійської мови та розвитку цифрової мовної компетентності сучасних студентів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алефіренко Л. Б. Особливості словотвірної структури суфіксальних збірних іменників у сучасній англійській мові. *Англійська філологія: Проблеми лінгвістики, літературознавства, лінгводидактики*: зб. наукових праць. Полтава : Техсервіс, 2007. С. 5–10.
2. Андрусак І. В. Спосіб життя та дозвілля: фрагмент концептуального аналізу англійських неологізмів кінця ХХ століття. *Вісник Запорізького національного університету Серія «Філологічні науки»* : збірник наукових праць. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2010. 282 с.
3. Андрієнко Т. Когнітивні чинники, що визначають вибір стратегії перекладу. *Філологічні трактати*. 2012. Т.4. № 3. С. 5–13.
4. Балюта Е. Г. Нова лексика та фразеологія англійської мови сфери охорони довкілля: структурносемантичні і функціональні параметри: автореф. дис.... на здобуття наукового ступеня канд. філ. наук.: 10.02.04. Одеса, 2007. 21 с.
5. Волошин Ю. К. Новоутворення та власне неологізми сучасної англійської мови (досвід диференціації нових слів): автореф.дис...канд.філол. наук: спец. 10.02.04 Німецькі мови. М., 1971. 20 с.
6. Гармаш О. Л. Англомовна епідигматика та розвиток вокабуляру: [монографія]. Мелітополь : ТОВ «Видавничий будинок ММД», 2009. 128 с.
7. Гармаш О. Л. Лінгвосинергетичний аспект розвитку словникового фонду англійської мови: [монографія]. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2011. 324 с.
8. Гармаш О. Л. Роль формотвору у поповненні словникового складу сучасної англійської мови. *Вісник Житомирського держ. університету*. Вип. 27. 2006. С. 125–131.

9. Головка О. М. Неологізми і процеси розвитку мови. Нова філологія : збірник наукових праць. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2009. № 33. С. 203–207.
10. Голуб О. М. Структура та семантика римованого сленгу в сучасній англійській мові. *Теоретичні та прикладні проблеми філології*. Славянск: СГПУ, 2010. Вип. XIX. С. 80.
11. Грицай І. С. Сучасні підходи до вивчення неологізмів. Київ, 2014. URL: <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1010> (дата звернення: 20.08.2025).
12. Данкевич Т. Переклад авторських неологізмів в англійській мові. *Мова і культура*. 2014. Вип. 17, т. 3. С. 72.
13. Деріга С. В. Особливості функціонування неологізмів в англійській мові. Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, 2017. 73 с.
14. Дзюбіна О. І., Помірко Р. С. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook. Львів, 2016. С. 145–167.
15. Драбов Н. До питання перекладу англійських неологізмів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 13, 2015. С. 180.
16. Драченко С. Ю. Специфіка перекладу неологізмів у мові засобів масової інформації (на матеріалі англійської та німецької мов). Дніпро, 2018. С. 52–55.
17. Дудченко Л. Медіа ринок ділової періодики Великої Британії: сучасний стан, традиції, типологія. *Образ*. 2014. Вип. 15. С. 19–28.
18. Д'яков А. С. та ін. Основи термінотворення: семант. та соціолінгв. аспекти. Київ : Вид.дім «КМ Academia», 2000. 218с.
19. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-90-ті роки ХХ століття [Текст]: дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: 10.02.04. Київ, 1999. 409 с.

20. Зацний Ю. А. Сучасне англомовне суспільство і розвиток словникового складу англійської мови. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2006. 443 с.

21. Зацний Ю. А., Федоренко О. О. Демографічні неологізми англійської мови. *Вісник Запорізького державного університету. Серія «Філологічні науки»* : збірник наукових статей / головний редактор В.О.Толок. Запоріжжя : ЗДУ, 2005. 156 с.

22. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2008. 360 с.

23. Єнікєєва С. М. Явище функціональної омонімії в англійській мові та проблеми перекладу [Текст]. *Вісник Сумського державного університету. Серія Філологія*. 2003. № 4(50). С. 67–71.

24. Каптюрова В. В. Сленг соціальних мереж та мікроблогів. Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. Київ : Логос, 2012. С. 134–140.

25. Козаченко І. В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2014. № 25. Том 2. С. 166–168.

26. Кравчук Л. В. Мова мас-медіа як основне джерело збагачення новотворами загальнономовного словника. *Іван Огієнко і сучасна наука та освіта. Сер. : Історична та філологічна*. 2013. Вип. 10. С. 53.

27. Колоїз Ж. В. Основні підходи до визначення лінгвістичного статусу неологізму. *Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету: Філологічні студії*. 2008. Випуск 1. С. 27–36.

28. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник. Вінниця : «Нова Книга», 2001. 448 с.

29. Краснобаєва Б. О. Сучасна американська публіцистика у комунікативно-функціональному дискурсі. *Вісник Дніпропетровського*

університету ім. Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки». 2014. № 1(7). С. 217–227.

30. Кушч Е. О. Історія розвитку, структурно-семантичні особливості та способи творення кінематографічних термінів англійської мови. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2015. Вип. 692. С. 308–313.

31. Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). *Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка*. 2005. № 23. С. 16–21.

32. Левицький А. Е. Функціональні зміни в системі номінативних одиниць сучасної англійської мови: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Київський держ. лінгвістичний ун-т. К., 1999. 36 с.

33. Лобода В. А. Перекладацькі трансформації: дефінітивний характер та проблема класифікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. № 43. 2019. С. 72–74.

34. Махачашвілі Р. К. Лінгвофілософські параметри інновацій англійської мови в техносфері сучасного буття: [монографія]. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2008. 204 с.

35. Медвідь О. М., Петухова А. Є., Вашист К. М. Телескопія як спосіб утворення неологізмів (на матеріалі сучасних англомовних онлайн-видань ЗМІ). Суми: СумДУ, 2016. С. 40–43.

36. Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) / за заг. ред. Н.М. Хоми. Львів: «Новий Світ – 2000», 2015. 492 с.

37. Освіта та самоосвіта. Неологізми у сучасному медіа тексті. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://referatss.com.ua/work/neologizmi-u-suchasnomu-media-teksti/> (дата звернення: 20.08.2025).

38. Павленко В. В. Лексико-стилістичні особливості матеріалів британських газет. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. 2017. Вип. 37. С. 235.

39. Сеньків О. М., Летнянка О. І. Неологізми-скорочення в англomовних версіях міжнародних соцмереж. *Молодий вчений*. 2016. №6(33). С. 379–386.
40. Стишов О. А. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.02.01 / О.А. Стишов; НАН України. Ін-т мовознав. ім.О.О.Потебні. Київ, 2003. 35 с.
41. Федоренко О. Політичні неологізми-запозичення в англomовних засобах масової інформації. *Південний архів. Філологічні науки*. 2018. Вип.73. С. 139–143.
42. Чернявська І. В. Особливості неологізації англійськомовного недійсного політичного дискурсу. *Молодий вчений*. 2020. №11(87). С. 505–507.
43. Шеремета К. Ю. Стилiстичні функції сленгу в журналістському тексті. *Наукові записки Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя*. 2017. Вип. 1. С. 110–112.
44. Шутова М. О. Неологізми в сучасній англійській мові. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія*. 2010. Вип. 21. С. 49.
45. Bassnett S. *Translation Studies*. London & New York : Routledge, 2002. 211 p.
46. Catford J. C. *A Linguistic Theory of Translation: An Essay in Applied Linguistics*. Oxford : Oxford University Press, 2005. 103 p.
47. Free English Online Neologisms Dictionary [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ats-group.net/dictionaries/dictionary-neologisms.html> (дата звернення: 20.08.2025).
48. Goodman E. Rusbridger on the Guardian's Open Journalism [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.editorsweblog.org/2012/09/10/rusbridger-on-the-guardians-open-journalism> (дата звернення: 20.08.2025).

49. Jonathan Aitken Affair. The Guardian: He Lied and Lied and Lied [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/aitken> (дата звернения: 20.08.2025).
50. Knollys W. A Handy Dictionary of Military Terms and Associated Notions. New York : Hard Press Publishing, 2018. 668 p.
51. Munday J. Introducing Translation Studies: Theories and Applications. 1st ed. London, New York : Routledge, 2013. 236 p.
52. Nida E. A., Taber C. R. The Theory and Practice of Translation. Leiden, The Netherlands : Brill, 2002. 218 p.
53. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / ed. by S.Wehmeier. Oxford : Oxford University Press, 2004. 1600 p.
54. Partridge E. The World of Words. London, 1938. 368 p.