

Національний університет "Острозька академія"
Навчально-науковий інститут лінгвістики
Кафедра англійської філології

Кваліфікаційна робота (проект)

магістра
на тему

«Порівняльний аспект сучасного британського та австралійського сленгу (на матеріалі соціальних мереж TikTok та Instagram 2021-2025)»

Виконала: студентка 6 курсу, групи МА-2
спеціальності: В11 Філологія
спеціалізації: В11.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська

Лупіна О.Д.

Керівник Крайчинська Г. В.

Рецензент_____

Роботу розглянуто і допущено до захисту
на засіданні кафедри англійської філології
протокол №____ від “__” _____ 20[] р.
Зав. кафедри_____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог - 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СЛЕНГУ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ.....	7
1.1. Поняття сленгу в лінгвістиці: визначення, класифікація та функції.....	7
1.2. Особливості розвитку британського та австралійського сленгу	11
1.3. Вплив соціальних мереж на еволюцію сленгової лексики	16
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ БРИТАНСЬКОГО ТА АВСТРАЛІЙСЬКОГО СЛЕНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТІКТОК ТА INSTAGRAM (2021-2024).....	31
2.1. Методологія збору та аналізу сленгових одиниць із соціальних мереж	31
2.2. Лексико-семантичний аналіз британського сленгу	39
2.3. Лексико-семантичний аналіз австралійського сленгу.....	45
Висновки до розділу 2.....	52
РОЗДІЛ III. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТА ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГУ У ВІРТУАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ	54
3.1. Спільні та відмінні риси британського та австралійського сленгу	54
3.2. Лінгвокультурні особливості та соціолінгвістичні аспекти використання сленгових виразів	65
Висновки до розділу 3.....	73
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
ДОДАТКИ	88

ВСТУП

У сучасних умовах глобалізації та цифрової комунікації мовні процеси зазнають суттєвих змін під впливом соціальних мереж та цифрових платформ. Віртуальний дискурс, що формується у таких популярних соціальних мережах, як TikTok та Instagram, сприяє активному використанню та поширенню сленгової лексики, яка є важливим засобом комунікації серед молодіжної аудиторії. Великобританія та Австралія, будучи англomовними країнами з багатими культурними традиціями, демонструють унікальні мовні особливості, що відображаються в їхньому сленгу.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю вивчення впливу соціальних мереж на розвиток і поширення сленгових виразів у британському та австралійському варіантах англійської мови. Оскільки сучасні комунікативні практики дедалі більше орієнтуються на цифрові технології, вивчення сленгу у віртуальному дискурсі дозволяє не лише зрозуміти мовні трансформації, а й проаналізувати соціокультурні аспекти використання неформальної лексики.

Питання функціонування та розвитку сленгової лексики стало предметом уваги багатьох зарубіжних і вітчизняних мовознавців. Класичні праці С. Б. Флекснера [1], Дж. Лайтера [5] та Р. Чапмена [12] заклали підґрунтя для системного опису американського сленгу, визначивши його як динамічне явище, що постійно оновлює словниковий склад мови. У європейському контексті вагомим є внесок Е. Агріколи, В. Фляйшера та Г. Протце [7], які розглядали сленг як соціолінгвістичний маркер комунікативної спільноти. В українському мовознавстві питання соціальної диференціації мовлення та функцій жаргонної й сленгової лексики ґрунтовно досліджували Л. Ставицька [2], П. Грабовий [3] та М. Руденко [6; 10], які визначили сленг як вираження культурної динаміки молодіжного середовища. Значний внесок у вивчення структури, семантики й прагматики сленгових неологізмів у цифровому просторі зробила О. Дзюбіна [4]. Особливості формування й функціонування австралійського варіанта

англійської мови, зокрема сленгової лексики, досліджували Є. Гороть [11], Р. Лучич [9], Р. Беккет [13], О. Сава [14] та Н. Жукова [15], які наголошують на унікальності мовних процесів, що поєднують британські традиції з місцевими культурними впливами. Комплексність підходів цих учених створює теоретичне підґрунтя для подальшого аналізу британського та австралійського сленгу у сучасному цифровому дискурсі.

Обсяг корпусу становив приблизно 32 000 слів, серед яких виділено 815 унікальних сленгових одиниць, що пройшли етап очищення та кодування. З них 437 зафіксовано у британському сегменті TikTok та Instagram, а 378 — в австралійському.

Об'єктом дослідження є сленгова лексика британського та австралійського варіантів англійської мови, що активно використовується у соціальних мережах TikTok та Instagram у період з 2021 по 2025 рік.

Предмет дослідження – лексико-семантичні особливості британського та австралійського сленгу у контексті їхнього функціонування у віртуальному дискурсі соціальних мереж.

Мета дослідження – здійснити порівняльний аналіз сучасного британського та австралійського сленгу на основі матеріалів із соціальних мереж TikTok та Instagram за період 2021-2025 років, визначити їхні спільні та відмінні риси, а також дослідити їхні лінгвокультурні особливості та соціолінгвістичні аспекти функціонування.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

1. Проаналізувати основні теоретичні підходи до вивчення сленгу у лінгвістиці та визначити його класифікаційні характеристики.
2. Дослідити особливості розвитку британського та австралійського сленгу, їхні джерела та фактори, що впливають на їхню еволюцію.
3. Визначити вплив соціальних мереж на трансформацію сленгової лексики та її популяризацію серед молодіжної аудиторії.
4. Розробити методологію збору та аналізу сленгових виразів у TikTok та Instagram.

5. Здійснити лексико-семантичний аналіз британського та австралійського сленгу, представивши приклади та їх інтерпретацію.

6. Виконати порівняльний аналіз функціонування сленгової лексики у віртуальному дискурсі.

Методи дослідження включають описовий метод (для узагальнення теоретичних положень про сленг), порівняльний аналіз (для виявлення спільних та відмінних рис британського та австралійського сленгу), контент-аналіз (для дослідження частотності та контексту вживання сленгових виразів у соціальних мережах), а також методи статистичного аналізу (для кількісного визначення популярності певних мовних одиниць). Використано також чотири взаємопов'язані методи, що доповнюють один одного: Computer-Mediated Discourse Analysis (CMDA), контент-аналіз, корпусно-реєстровий аналіз, візуальна аналітика. Методи дослідження включають описовий метод (для узагальнення теоретичних положень про сленг), порівняльний аналіз (для виявлення спільних та відмінних рис британського та австралійського сленгу), контент-аналіз (для дослідження частотності та контексту вживання сленгових виразів у соціальних мережах), а також методи статистичного аналізу (для кількісного визначення популярності певних мовних одиниць).

Наукове та практичне значення дослідження полягає у визначенні особливостей розвитку та функціонування британського та австралійського сленгу в соціальних мережах, що сприятиме поглибленню знань про соціолінгвістичні аспекти комунікації. Практична значущість дослідження проявляється у можливості використання отриманих результатів у навчальному процесі, у викладанні дисциплін, пов'язаних із англійською філологією, соціолінгвістикою та медіалінгвістикою.

Географічні та хронологічні межі дослідження охоплюють мовний матеріал із соціальних мереж TikTok та Instagram, що стосується сленгу у Великобританії та Австралії у період 2021-2025 років. Аналіз буде зосереджено на молодіжному дискурсі та популярних трендах, що формують сучасну сленгову лексику.

Наукова новизна дослідження полягає у здійсненні системного аналізу британського та австралійського сленгу у контексті віртуальної комунікації, що дозволяє виявити нові тенденції у формуванні неформальної лексики під впливом цифрових технологій. Результати дослідження можуть бути корисними для подальшого розвитку соціолінгвістики, медіалінгвістики та теорії комунікації.

Структура дослідження складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі розглянуто теоретичні основи сленгової лексики, у другому — здійснено аналіз британського та австралійського сленгу у соціальних мережах, у третьому — проведено порівняльний аналіз отриманих даних та визначено лінгвокультурні особливості вживання сленгу у віртуальному дискурсі.

Апробація:

1. VI Всеукраїнська науково-практична конференція [м.Рівне, 30 квітня 2025] «Сучасні тенденції розвитку лінгвістики та лінгводидактики». Тема виступу «Порівняльний аспект сучасного британського та австралійського сленгу».
2. Публікація у збірнику VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку лінгвістики та лінгводидактики». Тема «Порівняльний аспект сучасного британського та австралійського сленгу».
3. VIII Міжнародна науково-практична студентська конференція [м. Київ, 31 жовтня 2025] «Світ мови – Світ у мові». Тема виступу «Порівняльний аспект сучасного британського та австралійського сленгу (на матеріалі соціальних мереж TikTok та Instagram 2021- 2025)».

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СЛЕНГУ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

1.1. Поняття сленгу в лінгвістиці: визначення, класифікація та функції

Мовна реальність постійно змінюється під впливом суспільних, історичних та культурних процесів, що сприяє появі й розвитку нестандартних мовних форм, зокрема сленгу. Його роль у комунікації багатогранна: від створення мовної ідентичності групи до засобу експресивного самовираження. Лінгвістичний інтерес до сленгу зумовлений його динамічністю та впливом на розвиток загальнолітературної мови. Як зазначає Flexner, сленг можна розглядати як систему нестандартної лексики, що формується в межах окремих соціальних груп і відрізняється від нормативного мовлення своєю експресивністю та оригінальністю [46, с. 35].

Поняття сленгу в сучасній лінгвістиці охоплює широкий спектр визначень. Наприклад, Ставицька розглядає його як форму соціальної диференціації мови, що проявляється у використанні нетипових лексичних одиниць, які виражають групову ідентичність носіїв мови [17, с. 128]. Сленгова лексика може бути поділена на декілька категорій: молодіжний, професійний, кримінальний, армійський, корпоративний тощо. Кожна з цих категорій має свою функціональну спрямованість, зокрема, молодіжний сленг відзначається експресивністю та креативністю, тоді як професійний – прагматичністю та вузькоспеціалізованим значенням.

Дослідники зазначають, що сленг не лише розширює мовний запас, а й відображає суспільні процеси. Наприклад, П. Грабовий аналізує молодіжний сленг як маркер сучасного світосприйняття, що відображає культурні пріоритети та комунікативні тенденції молоді [4, с. 89]. Це підтверджує і О. Дзюбіна, яка у своєму дослідженні сленгових неологізмів у соціальних мережах Twitter та Facebook наголошує на тому, що нові сленгові вирази народжуються та

поширюються завдяки цифровій комунікації, а потім можуть закріплюватися в розмовному мовленні [6, с. 140].

Класифікація сленгу є предметом дискусії серед мовознавців. Lighter пропонує розрізняти історичний та сучасний сленг, наголошуючи на тому, що певні сленгові слова можуть втрачати свій нестандартний статус і переходити до загальноновживаної лексики [55, с. XII]. Натомість М. Руденко аналізує сленг крізь призму загальнолінгвістичних тенденцій, простежуючи його еволюцію від XIX століття до сучасності [14, с. 10]. Згідно з дослідженнями О. Дзюбіної (2016), поняття «жаргон» і «сленг» мають певні відмінності у визначенні та сфері вживання. За її твердженням, термін «жаргон» вказує на мовне середовище, обмежене вузькою групою носіїв, у той час як «сленг» охоплює значно ширший простір комунікації і може проникати в загальноновживану мову [6, с. 140]. Таким чином, жаргон має більш спеціалізовану та професійну природу, тоді як сленг є динамічним і змінним явищем у мовній практиці широкого загалу.

На думку М. Руденка (2018), одним із чинників, що ускладнює розмежування понять «арго», «жаргон» та «сленг», є їхня еволюційна зміна в різних мовах. Він зазначає, що поступове уточнення значення цих термінів впливає на їхню конотацію та відмежування один від одного. У своєму дослідженні М. Руденко характеризує молодіжний жаргон як специфічний мовний код, який включає в себе нестандартну та емоційно забарвлену лексику, що активно використовується в неформальній комунікації [14, с. 10]. Загальномолодіжний жаргон, за його визначенням, є окремою підкатегорією молодіжного сленгу, що містить лексику, актуальну для молодіжного середовища різних соціальних груп і поколінь.

На думку О. Дзюбіної (2016), сленг виконує функцію мовної гри, яка допомагає особистості ідентифікувати себе в певному соціальному середовищі та водночас відмежуватись від решти суспільства [6, с. 145]. Вона зазначає, що сленг може слугувати маркером соціальної належності та є важливим елементом мовної ідентичності молоді.

Для класифікації сленгу можна звернутися до узагальнення підходів, запропонованих у працях М. Руденка (2019) та О. Дзюбіної (2016). Вони розрізняють два основні типи сленгу залежно від сфери його вживання: загальний та спеціальний. Загальний сленг включає образні вирази та стійкі словосполучення, що мають емоційно-оцінне забарвлення та широко використовуються в розмовній мові [15, с. 75]. Водночас спеціальний сленг має вузьку сферу вживання і функціонує в окремих професійних або соціальних групах (військових, спортсменів, студентів тощо) [6, с. 152].

Як зазначає М. Руденко (2019), загальний сленг є динамічною системою, що розвивається під впливом мовних тенденцій, моди та суспільних змін. Він складається з розмовної лексики, яка має образний, гумористичний або експресивний характер і часто використовується в молодіжному середовищі [15, с. 78]. Спеціальний сленг, навпаки, обмежується сферою вживання певної групи, що пояснює його стійкість і більш закритий характер.

Сленг може змішуватися з іншими типами лексики, утворюючи нові мовні явища. Серед таких тенденцій особливо вирізняються комп'ютерний, ігровий та мережевий сленг, які виникають завдяки технологічному прогресу і новим способам комунікації [14, с. 18]. Молодіжний сленг є одним із найбільш розвинених і варіативних типів, що активно поповнюється новими лексичними одиницями в результаті соціальних та культурних впливів.

Для систематизації сленгової лексики використовується лексико-семантичний підхід, який передбачає групування її за тематикою, такою як характеристика людини, стиль одягу, фінанси, соціальні взаємини, гастрономія тощо [6, с. 160]. Хоча цей поділ не є вичерпним, він допомагає впорядкувати сленгову лексику та визначити її основні напрямки розвитку.

Ще одним критерієм класифікації сленгу є його приналежність до певної частини мови. Найчисельнішими групами є іменники, дієслова та прикметники, які містять найбільшу кількість сленгових виразів і фразеологізмів [14, с. 22]. Таким чином, на сучасному етапі розвитку мовознавства не існує єдиного

загальноприйнятого визначення сленгу, що підтверджує його динамічний і варіативний характер.

Висновки досліджень свідчать про те, що кожен науковець розглядає сленг крізь призму власної класифікації, що відображає його багатозначність і соціокультурну значущість у мовній комунікації. Оскільки межі сленгу є досить розмитими, він залишається важливим об'єктом дослідження в лінгвістиці, оскільки відображає специфічні особливості мовлення соціальних груп та загальні тенденції розвитку сучасних мовних процесів.

Сленг виконує низку функцій у мовленні. Серед основних – експресивна, яка дозволяє підсилювати емоційне забарвлення висловлювання; соціальна, що визначає належність мовця до певної групи; номінативна, яка сприяє утворенню нових найменувань для понять, що раніше не мали точного вираження в мові. Як зазначають Agricola, Fleischer і Protze, німецький сленг також демонструє подібні закономірності, відображаючи вплив культурних змін та соціальних трендів [79, с. 320].

У сучасних умовах особливу роль у розвитку сленгової лексики відіграє соціальне середовище, особливо цифрові платформи, де формуються нові форми комунікації. К. Ебл та К. Гілл наголошують на тому, що студентський сленг як частина колективної мовної практики створює своєрідний бар'єр для «аутсайдерів» та сприяє ідентифікації носіїв групи [43, с. 152]. Подібні процеси спостерігаються і в хорватській мовній спільноті, де, як зауважує Р. Лучіч, молодіжний сленг значною мірою підпорядковується законам суспільної взаємодії [80, с. 287].

Таким чином, сленг є багатовимірним явищем, що знаходиться на межі між розмовною та літературною мовою. Його динамічна природа сприяє постійним змінам, які відбуваються під впливом як внутрішніх лінгвістичних процесів, так і зовнішніх чинників, зокрема соціальних, культурних та технологічних трансформацій. В епоху цифрових технологій і глобалізації сленг швидко поширюється через соціальні мережі, меми, популярну культуру та масмедіа, що сприяє його трансформації та адаптації в різних мовних середовищах.

Однією з ключових особливостей сленгу є його варіативність і швидкоплинність: слова та вирази, які сьогодні є популярними, можуть втратити свою актуальність через кілька років або навіть місяців. Це пов'язано з природним циклом оновлення сленгової лексики, який відображає зміни у способі життя, впливи модних тенденцій, а також комунікативні потреби різних соціальних груп. Крім того, сленг може переходити з однієї сфери в іншу: деякі його елементи поступово закріплюються в загальноживаній мові, тоді як інші залишаються лише в межах певних субкультур або професійних спільнот.

Важливо зазначити, що сленг виконує не лише мовну, а й соціальну функцію, допомагаючи створювати групову ідентичність і встановлювати комунікативні зв'язки між носіями. Наприклад, молодіжний сленг часто використовується як спосіб відокремлення від старших поколінь і формування особливого мовного коду, зрозумілого лише певному колу осіб. Водночас у професійному середовищі або субкультурних групах спеціалізований сленг сприяє ефективному спілкуванню та полегшує взаєморозуміння.

Загальнотеоретичне дослідження сленгу дає змогу простежити закономірності його формування та розвитку в різних мовних спільнотах. Аналіз його структурних, семантичних і соціолінгвістичних характеристик допомагає визначити основні тенденції змін у мовленні, а також виявити вплив сучасних комунікаційних технологій на мовну динаміку. Вивчення сленгу не лише збагачує лінгвістичні знання, а й дає можливість краще зрозуміти культурні процеси, що відбуваються у сучасному суспільстві.

1.2. Особливості розвитку британського та австралійського сленгу

Розвиток британського та австралійського сленгу відбувався під впливом різних історичних, соціальних та культурних чинників, що зумовило їхні унікальні особливості. Британський сленг, як одна з найдавніших форм розмовної лексики, має глибокі історичні корені та розвивався у тісному зв'язку з розвитком англійської мови. Його основними джерелами є діалекти,

професійний жаргон, аргі кримінального світу, молодіжна культура та популярні субкультури. З іншого боку, австралійський сленг сформувався під впливом британської колонізації, місцевих мов аборигенів, а також унікального австралійського способу життя, що надає йому особливої самобутності [11].

Британський сленг значною мірою ґрунтується на історичних традиціях та соціальній структурі суспільства. Його особливість полягає у багатшаровості: він представлений як загальноживаними неформальними виразами, так і вузькоспеціалізованою лексикою, що характерна для певних соціальних та професійних груп. Як зазначає Р. Чапман, британський сленг зазнав значного впливу субкультур, зокрема кримінального світу, студентської спільноти, військової та морської термінології [36, с. 185]. Особливо яскраво проявився вплив популярної культури, телебачення та музичної індустрії, які сприяли швидкому поширенню та закріпленню нових сленгових одиниць. Наприклад, вирази *cockney rhyming slang*, що виникли у ХІХ столітті серед робітничого класу Лондона, досі використовуються у сучасній мові, хоча їхнє значення може змінюватися залежно від контексту.

Значний внесок у дослідження сленгової лексики зробив британський лексикограф Е. Патрідж, який одним із перших порушив питання про лінгвістичний статус сленгу. Він детально розглянув культурно-історичні передумови динамічного розвитку неформального мовлення, зокрема його популяризацію на північноамериканському континенті. Також він висловив припущення, що слово *slang* може походити від дієслова *to sling* («вимовляти»), що підтверджується існуванням конструкції *slingwords*, яка функціонувала ще в добу Дж. Чосера [36, с. 134].

На думку С. Флекснера, молодь є найактивнішою соціальною групою, що створює та поширює сленгову лексику. У сучасному світі сленгізація зачіпає не лише усну комунікацію, а й такі сфери, як телебачення, радіо, друковані та онлайн-видання, художню літературу, а також соціальні мережі. Багато сленгових термінів є характерними для певних субкультур – наприклад, музикантів, представників неформальних рухів, різних соціальних груп і

професійних спільнот. Однак окремі сленгові вирази виходять за межі вузьких спільнот і стають загальновідомими. Наприклад, слово *cool* («круто»), яке активно використовується в українській мові, спочатку було популярним у молодіжному сленгу англomовних країн, але згодом закріпилося в широкому вжитку [29, с. 95].

Сленг також залежить від регіональних особливостей мовлення. Так, лексика, поширена серед мешканців Лондона, значно відрізняється від нью-йоркського сленгу. Проте існує чимало слів і виразів, які є універсальними та зрозумілими в різних англomовних країнах. Наприклад, фрази *to kick the bucket*, *to cross the Jordan*, *to hop the twig* мають однакове значення («померти») і вживаються як у США та Великій Британії, так і в Австралії та Ірландії [16, с. 278].

За підрахунками С. Флекснера, одного з авторів *Dictionary of American Slang*, у сучасній англійській мові налічується приблизно 600 тисяч слів, з яких 45 тисяч становлять сленгізми. У лексичному запасі середньостатистичного носія англійської мови, що коливається в межах 10–20 тисяч слів, приблизно 2 тисячі припадає на так звані *buzz words* – модні вирази, які швидко входять у вжиток і так само швидко зникають [9, с. 310].

Сучасна англійська мова є однією з найбільш поширених мов світу, що функціонує у різноманітних варіантах, включаючи британський та австралійський. Австралійський варіант англійської мови (AuE) формувався під впливом історичних подій, соціального складу населення та культурних процесів, що відрізняло його від інших варіантів англійської мови. Дослідження Є. Гороть підкреслює, що у становленні австралійської англійської особливу роль відігравали іммігранти з Великої Британії, серед яких значний відсоток становили засуджені злочинці, а також носії ірландського діалекту та інших соціолектів [3, с. 64].

Формування лексичного складу австралійської англійської значною мірою відбувалося під впливом британського аргю та діалектизмів, що були привнесені першими поселенцями. Н. Жукова зазначає, що значна частина австралійського

сленгу має британське походження, проте згодом ці вирази зазнали фонетичних, морфологічних та семантичних змін, пристосовуючись до австралійського мовного середовища [9, с. 229]. Особливий вплив на розвиток сленгу мали кримінальні жаргони, які використовувалися засудженими. Вони слугували засобом ідентифікації та соціального розмежування між ув'язненими та вільними іммігрантами. Так, у колоніальній Австралії активно функціонувало арго «flash» – мова злочинців, яка, за свідченнями сучасників, була незрозумілою для пересічного населення [16, с. 345].

Окрім кримінального арго, у формуванні австралійського сленгу важливу роль відіграли діалекти та просторіччя переселенців. Р. Чапман зазначає, що соціально-територіальні діалекти Британії, такі як кокні, стали джерелом багатьох сленгових виразів, які згодом увійшли до вжитку в Австралії [36, с. 185]. Наприклад, характерним явищем для австралійського варіанту англійської є скорочення слів і додавання суфіксів (-o, -ie, -y), що відрізняє його від британського сленгу (barbecue → barbie, postman → postie) [29, с. 72].

Слід також зазначити, що на розвиток австралійського сленгу вплинули й місцеві мови аборигенів. О. Сава вказує на те, що значна частина слів, які позначають явища природи, тваринний світ та культурні реалії, запозичена з мов корінного населення [68, с. 252]. Це є однією з головних відмінностей між британським та австралійським варіантами англійської мови, адже в британському сленгу такі запозичення майже відсутні.

З розвитком Австралії та її культурної незалежності від Великої Британії з'явилися нові соціальні фактори, які вплинули на подальше формування сленгової лексики. А. Котлярова у своєму дослідженні зазначає, що сучасні австралійці активно використовують сленг у цифрових комунікаціях, а відеоплатформи, такі як YouTube, сприяють швидкому поширенню нових виразів, які стають загальноновживаними [12, с. 54]. Водночас, на думку Р. Беккета, австралійський сленг залишається невід'ємною частиною національної ідентичності, оскільки він відображає неформальність, дружелюбність та почуття гумору носіїв мови [29, с. 94]. Як зазначає С. Бакер, мовна ситуація

колоніальної Австралії відзначалася значною варіативністю, адже в мовному середовищі одночасно функціонували літературний стандарт британської англійської, кокні, ірландське просторіччя та сленгові конструкції, що формувалися у кримінальному середовищі [28, с. 112].

Австралійський сленг, на відміну від британського, формувався в умовах колоніального суспільства, де спочатку переважала лексика британських переселенців, згодом доповнена впливами місцевих мов та культурних особливостей. Однією з характерних рис австралійського сленгу є тенденція до скорочення слів та утворення нових лексичних одиниць шляхом додавання суфіксів -o, -ie, -y (napper → nappo, barbecue → barbie, postman → postie) [29, с. 72]. Р. Беккет відзначає, що специфічною рисою австралійського сленгу є його гумористична та образна природа, що виражається через метафори, порівняння та унікальні мовні конструкції [29, с. 94]. Ця лексика нерідко є непередбачуваною для тих, хто не знайомий із австралійським варіантом англійської мови.

Термін «strine» використовується для позначення австралійського сленгу та специфічної вимови, що є результатом фонетичних змін та характерної редукції звуків. Австралійський сленг є не лише способом мовної комунікації, а й важливим елементом національної ідентичності, що підкреслює неформальність, дружелюбність та почуття гумору носіїв мови [16]. Як зазначає Н. Жукова, значна частина сучасного австралійського сленгу має британське походження, проте з часом ці вирази зазнали фонетичних, морфологічних та семантичних змін, пристосовуючись до австралійського мовного середовища [9, с. 229].

Таким чином, австралійський сленг формувався під впливом британської англійської, але з часом набув самобутніх рис завдяки місцевим особливостям, соціальним факторам та мовному середовищу. Його відмінність від британського сленгу полягає у значному фонетичному спрощенні, поширеному використанні суфіксальних скорочень, запозиченнях з мов аборигенів та активному впливі цифрових технологій на сучасному етапі розвитку.

Важливу роль у розвитку як британського, так і австралійського сленгу відіграли соціальні та культурні зміни, особливо з появою інтернету та цифрових комунікацій. Соціальні мережі, відеоплатформи та онлайн-спільноти значно прискорили процес утворення та поширення нових сленгових виразів. Наприклад, дослідження Котлярової показує, що контент відеоплатформи YouTube є ключовим чинником популяризації сучасних сленгових конструкцій серед молоді, що призводить до активного обміну мовними інноваціями між різними англомовними регіонами [12, с. 54]. Сучасний австралійський сленг продовжує змінюватися під впливом глобалізації, масової культури та цифрових технологій. Хоча багато традиційних слів залишаються в активному вжитку, молодіжний сленг все більше адаптується до нових комунікативних реалій. Наприклад, під впливом соціальних мереж з'явилися такі нові сленгові вирази, як *bail* (піти, уникнути чогось), *frothing* (бути в захваті), *suss* (підозрілий) та інші [54, с. 145].

Отже, розвиток британського та австралійського сленгу має свої особливості, що зумовлені історичними, соціальними та культурними факторами. Якщо британський сленг розвивається в межах класичних традицій та соціальних стратифікацій, то австралійський – характеризується більшою гнучкістю, відкритістю до фонетичних змін і активним запозиченням із різних джерел. Взаємний вплив між цими мовними варіантами продовжує зростати завдяки глобалізації та цифровим технологіям, що робить сленг невід'ємною частиною сучасної англомовної комунікації.

1.3. Вплив соціальних мереж на еволюцію сленгової лексики

Соціальні мережі стали потужним каталізатором змін у мовній комунікації, зокрема у сфері сленгової лексики. Завдяки глобальному охопленню та миттєвій передачі інформації соціальні платформи сприяють поширенню нових слів, виразів та навіть цілих мовних конструкцій, які швидко входять у широкий вжиток. Сленг у соціальних мережах формується під впливом нових

способів взаємодії між користувачами, що включає меми, коментарі, вірусні фрази та унікальні мовні практики окремих онлайн-спільнот. Як зазначає Миколаєнко, молодіжний сленг особливо чутливий до змін, спричинених динамікою цифрового середовища, оскільки саме молодь є найактивнішим генератором і споживачем сленгових новоутворень [13].

Швидкість поширення нових слів у соціальних мережах значно перевищує традиційні мовні процеси, що спостерігалися в минулі століття. Якщо раніше лексичні інновації могли десятиліттями залишатися у вузьких соціальних групах, перш ніж проникнути в загальну мову, то сьогодні популяризація нових слів може відбутися миттєво завдяки алгоритмам цифрових платформ. Соціальні мережі, такі як TikTok, Instagram, Twitter та YouTube, діють як каталізатори мовних змін, створюючи умови для глобального поширення нових термінів, що часто асоціюються з певними вірусними явищами або культурними феноменами.

Зокрема, нові сленгові слова можуть набувати популярності через меми, вірусні відео або трендові хештеги, які швидко охоплюють велику аудиторію. Наприклад, деякі вирази, що з'явилися в геймерському середовищі, такі як *GG* (good game) або *sus* (suspicious), спочатку були обмежені вузьким колом користувачів, але згодом стали широко вживаними навіть за межами ігрових спільнот. У цьому контексті особливо важливим є феномен міметичності мови, коли користувачі підхоплюють популярні слова та активно їх використовують у своєму мовленні, підсилюючи їхню циркуляцію в цифровому просторі.

Бойко наголошує, що інтерактивність соціальних мереж дозволяє користувачам не тільки пасивно сприймати нові лексичні одиниці, а й активно їх модифікувати, створюючи власні варіанти слів та значень [1]. Це означає, що сучасний сленг не є статичною категорією, а постійно розвивається, змінюючи форму та семантику залежно від контексту використання. Наприклад, слово *simp*, яке спочатку мало негативне значення щодо чоловіків, які надмірно догоджають жінкам, згодом почало використовуватися у ширшому контексті для позначення будь-якої людини, яка демонструє надмірну симпатію чи увагу до іншої.

Ще одним цікавим аспектом є те, що нові слова можуть швидко адаптуватися до конкретних спільнот, які надають їм власного забарвлення. Це сприяє утворенню багаторівневої структури сленгу, де кожна онлайн-спільнота може мати свої специфічні мовні особливості. Наприклад, у середовищі блогерів та контент-мейкерів популяризуються такі слова, як *clout* (вплив, популярність у соцмережах) або *cancel* (ігнорування або бойкот людини через її неприйнятну поведінку), у той час як у сфері фінансів і криптовалют активно використовуються терміни на кшталт *HODL* (утримання активу, незважаючи на коливання ринку) або *moon* (різке зростання вартості активу).

Швидкість адаптації сленгу в соціальних мережах також пов'язана з особливостями алгоритмів цифрових платформ. Деякі терміни отримують широкий розголос саме завдяки тому, що алгоритми просувають контент, у якому вони активно використовуються. Наприклад, слова, що часто зустрічаються у вірусних відео TikTok, з високою ймовірністю стають загальноновживаними, оскільки платформа автоматично рекомендує трендовий контент більшій кількості користувачів. Це створює ефект "мовної хвилі", коли сленгові терміни швидко поширюються по всьому світу, долаючи мовні та культурні бар'єри.

Однак швидкість поширення сленгових термінів у соціальних мережах також має зворотний бік: багато з них мають короткий життєвий цикл. Деякі слова, які активно використовуються протягом певного періоду, можуть зникати так само швидко, як і з'явилися, поступаючись місцем новим термінам. Наприклад, вирази *YOLO* (you only live once) або *bae* (before anyone else), які ще кілька років тому були на піку популярності, сьогодні майже не зустрічаються в активному молодіжному мовленні. Таким чином, швидкість циркуляції нових слів у цифровому просторі сприяє постійній зміні мовних тенденцій, що відрізняє сучасний сленг від традиційних мовних змін, які відбувалися значно повільніше.

Англomовна домінанта в цифровому просторі значно впливає на глобальні мовні тенденції, особливо у сфері сленгової лексики. Соціальні мережі стали тим

середовищем, де англійська мова не просто переважає, а й слугує своєрідним лінгвістичним майданчиком для творення нових виразів, які швидко поширюються серед користувачів у всьому світі. Mahardika зазначає, що такі платформи, як TikTok, Instagram, Twitter і YouTube, відіграють ключову роль у цьому процесі, оскільки саме вони задають тренди й визначають найбільш вживані слова та вирази серед молоді [56]. Окрім того, алгоритми соціальних мереж сприяють тому, що контент англійською мовою має ширшу аудиторію та кращу видимість у порівнянні з матеріалами іншими мовами. Це створює ситуацію, коли навіть користувачі, які не є носіями англійської, активно споживають контент, збагачений англомовним сленгом, і часто запозичують його без адаптації.

Завдяки цьому багато локальних мовних практик піддаються впливу англомовних трендів, що призводить до трансформації традиційної лексики. Багато національних мов включають англіцизми у свій сленговий словник, що можна простежити на прикладі багатьох країн, де молодь дедалі частіше використовує терміни, які спочатку виникли в англомовному середовищі. Наприклад, слова *vibe check* (оцінка атмосфери чи настрою), *simp* (людина, яка занадто догідлива у стосунках), *no cap* (правда, без перебільшень) стрімко увійшли в розмовну лексику підлітків і молодих людей різних країн, незалежно від їхнього рівня володіння англійською.

Ще одним важливим аспектом є те, що в деяких випадках англомовний сленг повністю витісняє місцеві еквіваленти, оскільки вважається більш сучасним і «просунутим». Такі запозичення часто не перекладаються, а використовуються в оригінальному вигляді, що можна помітити в контексті цифрової комунікації, де молодь надає перевагу таким виразам, як *cringe* (щось незручне або ніякове), *ghosting* (ігнорування повідомлень або різке припинення контакту), *flex* (хизування чимось). Навіть у випадках, коли для цих понять існують відповідники в рідній мові, носії часто обирають англомовний варіант, оскільки він асоціюється з сучасною культурою та глобальним контекстом.

Ще одним явищем, пов'язаним із впливом англомовного сленгу, є зміна вимови та морфологічної структури запозичених слів. У багатьох мовах, особливо в тих, які суттєво відрізняються від англійської за фонетичними й граматичними особливостями, англомовні терміни можуть адаптуватися під місцеві правила. Проте в цифровому просторі спостерігається тенденція до збереження оригінальної форми англомовних слів, що ще більше зміцнює їхню позицію у міжнародному молодіжному сленгу.

Окрім безпосереднього впливу на словниковий запас різних мов, англомовна домінанта також сприяє формуванню універсального «інтернет-діалекту», який об'єднує носіїв різних мовних спільнот. Молодь у всьому світі використовує однакові терміни для вираження емоцій, реакцій на контент, опису явищ та подій, що свідчить про створення нового рівня міжкультурної комунікації. Завдяки цьому англомовний сленг у соціальних мережах не тільки стає частиною локальних мов, але й формує своєрідну «глобальну мову» цифрової епохи, яка є зрозумілою представникам різних національностей і культур.

Ще однією важливою характеристикою сучасного сленгу є його візуальна форма. Соціальні мережі змінили спосіб взаємодії з текстом, надаючи перевагу коротким повідомленням, емодзі, скороченням і акронімам. Natsir та співавтори досліджують цей феномен, зазначаючи, що візуальна культура цифрового світу вплинула на зміну структури мовлення, де важливими стали не лише слова, а й графічні символи, меми, реакції [58].

Демократизація мовотворення у цифрову епоху стала одним із найпомітніших факторів, що впливають на еволюцію сленгової лексики. У традиційному мовному середовищі формування нових слів зазвичай відбувалося в межах певних соціальних або професійних груп, таких як кримінальні спільноти, студентство, військові або вузькі субкультури. Нові лексичні одиниці довгий час залишалися частиною їхньої комунікації, і лише згодом, через усну передачу або літературні твори, проникали у ширший вжиток. Проте з розвитком соціальних мереж цей процес зазнав докорінних змін. Сьогодні створити нове

слово чи вираз може будь-хто, незалежно від його соціального статусу, професії чи мовної компетенції.

Е. Сілалахі та Н. Сілалахі наголошують, що зростаюча кількість онлайн-дискусій сприяє більш динамічному та горизонтальному процесу мовної адаптації, коли слова та їхні значення змінюються в реальному часі залежно від контексту та популярності [69]. Це означає, що сленг у соціальних мережах вже не є закритою мовною системою, як це було раніше. Натомість він функціонує як відкрита платформа, де будь-який термін може бути миттєво підхоплений широкими аудиторіями та отримати нові значення або відтінки.

Прикладом цього є вірусні вислови, які поширюються через меми, TikTok-відео чи Twitter-треди. Слова, що спочатку мали вузьке значення, можуть швидко трансформуватися в багатозначні вирази. Наприклад, слово *sus* (скорочення від *suspicious*) виникло у геймерському середовищі, але завдяки платформам на кшталт TikTok та Twitter воно стало універсальним позначенням чогось підозрілого чи сумнівного у будь-якому контексті. Інший приклад – вираз *ratio*, що спочатку означав математичне співвідношення, а в соціальних мережах перетворився на інструмент цифрового висміювання, де кількість негативних реакцій або відповідей на пост сигналізує про його непопулярність.

Цей феномен також демонструє нову роль аудиторії у творенні сленгової лексики. Якщо раніше мовні зміни ініціювалися окремими групами або авторитетними особами, такими як письменники чи медійні діячі, то сьогодні процес є колективним і демократичним. Соціальні мережі дають змогу користувачам не просто використовувати нові слова, а й модифікувати їх, створюючи численні похідні варіанти. Це особливо помітно у випадку хештегів, які можуть надавати сленговим словам додаткового контексту та формувати нові значення на основі популярних подій або інтернет-трендів.

Ще одним аспектом демократизації мовотворення є його багатоканальність. На відміну від традиційних медіа, де лексичні інновації проходили фільтрацію редакторів, лексикографів або авторитетних культурних діячів, у соціальних мережах процес відбувається одночасно на різних рівнях.

Користувачі створюють нові терміни, які миттєво оцінюються спільнотою через лайки, репости та коментарі. Якщо слово отримує достатню підтримку, воно починає функціонувати у ширшому інформаційному просторі, переходячи від окремих користувачів до блогерів, журналістів, маркетологів і навіть брендів.

Ця горизонтальна модель мовотворення також знижує роль традиційних мовних авторитетів. Якщо раніше зміни в словниковому складі відбувалися під впливом літературних творів, наукових досліджень або офіційних мовних норм, то сьогодні носіями лінгвістичних інновацій є звичайні користувачі соціальних платформ. Як наслідок, багато нових сленгових виразів залишаються за межами академічного опису, проте це не заважає їм закріплюватися в комунікації й ставати частиною масової культури.

Також варто зазначити, що демократизація мовотворення у соціальних мережах сприяє створенню локальних сленгових варіантів, що мають свої особливості у різних країнах та регіонах. Наприклад, у франкомовному сегменті Twitter набули популярності скорочені вирази на зразок *wsh* (скорочення від *wesh*, що означає «як справи?»), а в іспаномовних спільнотах активно використовуються адаптовані англійські слова на кшталт *cringe* та *random*, що зберігають свою оригінальну форму, але отримують нові відтінки значень.

У підсумку, соціальні мережі створили унікальну екосистему для мовної творчості, де кожен користувач може впливати на розвиток сленгу. Це не лише пришвидшило процес поширення нових виразів, а й зробило його більш гнучким, відкритим та інтерактивним. У сучасному цифровому середовищі мова вже не є статичною системою — вона постійно змінюється під впливом суспільних подій, інтернет-трендів і користувацької взаємодії, що підтверджує важливість соціальних мереж у формуванні нових мовних реалій.

Еволюція сленгу в соціальних мережах також виявляється у появі нових тенденцій у мовній грі. М. Естерон у своєму дослідженні відзначає, що інтернет-користувачі не тільки вигадують нові слова, а й змінюють значення вже існуючих, використовуючи іронію, сарказм та гру слів [45]. Наприклад, слово *sus* (скорочення від *suspicious*, тобто «підозрілий») отримало популярність у

геймерському середовищі та швидко стало частиною розмовного молодіжного сленгу в усьому світі.

З іншого боку, надмірна швидкість появи та зникнення нових слів у соціальних мережах призводить до того, що частина сленгу має короточасний характер. С. Аішин зазначає, що багато популярних слів втрачають актуальність вже через кілька місяців або навіть тижнів, особливо якщо вони були прив'язані до певного тренду або вірусного відео [13]. Це створює своєрідний мовний цикл, коли старі слова поступово витісняються новими, залишаючи слід лише в архівах цифрової історії.

Однак сленг у соціальних мережах не лише формується під впливом користувачів, а й часто використовується у маркетингових стратегіях та комунікаціях брендів. А. Нурі зазначає, що багато компаній свідомо використовують популярні сленгові вирази у своїх рекламних кампаніях, щоб бути ближчими до молодіжної аудиторії [59]. Такий підхід не тільки сприяє комерційній популярності, а й прискорює проникнення певних слів у загальноживану мову.

Сленг у соціальних мережах не лише відображає мовні зміни, але й сам стає рушійною силою еволюції лексики. Одним із ключових аспектів сучасного сленгу є його постійна трансформація під впливом частотності вживання та соціальних контекстів. Д. Кайдар та співавтори досліджують механізми, що визначають, які слова стають популярними, а які поступово виходять із ужитку. Вони наголошують, що частотність використання сленгових слів у соціальних мережах безпосередньо впливає на їхню стабільність або зникнення, оскільки алгоритми платформ сприяють піднесенню певних трендів, що формують нову мовну норму [51].

Важливим аспектом у поширенні сленгових виразів є їхня адаптивність до комунікативного середовища. І. Чилич і Є. Плауц звертають увагу на те, що соціальні мережі стали головним середовищем для активного творення неологізмів та їхнього закріплення у мовленні. Вони зазначають, що завдяки цифровим платформам з'явилися нові форми сленгу, які є результатом

змішування різних мовних впливів та стилістичних прийомів, таких як акроніми, скорочення, емодзі-комунікація та фонетична гра [42]. Це свідчить про те, що сучасний сленг не лише змінює свою семантику, а й адаптується до нових технологічних форматів мовлення.

Окрім безпосереднього впливу соціальних мереж на еволюцію сленгової лексики, дослідники також відзначають їхню роль у стандартизації нових лексичних одиниць. П. Суганя підкреслює, що цифрові платформи сприяють утворенню певних «мовних норм» у межах інтернет-спільнот, де нові сленгові вирази набувають сталого вжитку та розповсюджуються серед широкої аудиторії [70]. Наприклад, раніше регіональні або професійні сленгові слова залишалися у межах певних груп, проте сьогодні вони можуть швидко переходити у глобальний лексикон завдяки вірусним публікаціям та популярним трендам.

Зміни в мовній поведінці молоді є одним із найяскравіших показників впливу соціальних мереж на еволюцію сленгу. С. Акмал, Н. Ульфак і Н. Фітріа у своєму дослідженні зазначають, що покоління Z (молодь, яка зростала у цифрову епоху) значно частіше використовує сленг у своєму щоденному спілкуванні, ніж попередні покоління. Це пояснюється тим, що їхнє мовлення значною мірою формувалося у соціальних мережах, де короткі, неформальні повідомлення стали нормою комунікації [20]. Також варто зазначити, що молодь використовує сленг не лише як засіб мовного самовираження, а й як спосіб кодування комунікації, що дозволяє створювати «внутрішню» мову спільноти, доступну лише її членам.

Культурна та регіональна варіативність сленгової лексики також є важливим аспектом її розвитку у соціальних мережах. М. Хасавнех та його співавтори вказують, що в різних регіонах світу соціальні мережі мають неоднаковий вплив на поширення сленгу. Наприклад, у країнах із сильними традиційними мовними нормами сленг часто адаптується під місцеві діалекти, а в країнах із відкритішою мовною політикою він може швидко проникати в офіційний дискурс [52]. Це ще раз підкреслює той факт, що еволюція сленгової лексики залежить не лише від технологічних змін, а й від соціальних та культурних особливостей мовних спільнот.

Останнім часом також спостерігається активне використання табуйованої лексики у соціальних мережах, що стає однією з помітних тенденцій у розвитку сленгової лексики. А. Суха та Е. Сударваті досліджують це явище у контексті популярних платформ, таких як TikTok, Instagram та Twitter, наголошуючи на тому, що лайливі або «гострі» вирази часто набувають популярності завдяки гумористичному або протестному контексту [34]. Зокрема, деякі терміни, які раніше розглядалися як суто нецензурна лексика, сьогодні широко використовуються у комічних відео, мемах та інтернет-дискусіях, набуваючи нового конотативного забарвлення.

Значну роль у цьому процесі відіграє культура іронії та самоіронії, характерна для цифрової комунікації. У соціальних мережах лайливі або різкі вислови часто вживаються не для образи, а як частина жартівливої манери спілкування або способу вираження емоцій. Такі платформи, як TikTok і Twitter, стали осередком для подібних мовних змін, де вирази, що раніше вважалися маргінальними або грубими, тепер активно використовуються навіть у позитивному чи жартівливому контексті. Наприклад, деякі нецензурні слова отримали пом'якшені версії або аббревіатури, які широко вживаються серед молоді без прямого вульгарного підтексту.

Також варто зазначити, що табуйована лексика у соціальних мережах все частіше виконує не лише комічну, а й протестну функцію. У часи соціальних криз, політичних рухів або громадських протестів люди часто використовують грубу або емоційно забарвлену лексику як засіб привернення уваги, вираження невдоволення або заклику до дії. Як зазначають А. Суха та Е. Сударваті, у таких випадках сленг стає своєрідним маркером приналежності до спільноти протестувальників або активістів, що дозволяє чітко окреслити позицію людини у суспільному дискурсі [34]. При цьому лайливі або різкі слова можуть використовуватися навіть у контексті офіційних повідомлень, створюючи ефект емоційної залученості та підвищуючи рівень впливовості публікацій.

Окрім того, деякі соціальні мережі адаптуються до цієї тенденції, намагаючись знайти баланс між свободою самовираження та правилами

модерації контенту. Наприклад, у TikTok або YouTube користувачі часто свідомо змінюють написання певних слів, використовуючи зірочки, пропуски літер або символи (*f***, *sh!t**), щоб обійти автоматичні алгоритми цензури. У деяких випадках це призводить до появи нових мовних явищ, таких як альтернативні написання лайливих слів або нові евфемістичні варіанти, які стають частиною онлайн-сленгу.

Ще один цікавий аспект використання табуйованої лексики у цифровому середовищі — це її вплив на рекламу та маркетинг. Багато брендів почали використовувати лайливу лексику або її замітники у своїх рекламних кампаніях, оскільки це дозволяє їм виглядати більш автентичними та ближчими до молодіжної аудиторії. Наприклад, деякі компанії додають у свої рекламні повідомлення зм'якшені версії лайливих фраз, граючи на ефекті несподіванки та викликаючи емоційний відгук у споживачів. Це ще раз підтверджує той факт, що сленгова та неформальна лексика в цифрову епоху вже не є виключно маргінальним явищем, а активно інтегрується у різні сфери комунікації [34].

Соціальні мережі стали важливим чинником у розвитку та поширенні сленгової лексики, оскільки вони створили нові умови для комунікації, в яких мовні нововведення можуть миттєво поширюватися серед широких аудиторій. Як зазначає І. Голубовська, мова соціальних мереж формує новий лінгвістичний феномен, який характеризується високою динамічністю, інтернаціональністю та здатністю швидко адаптуватися до нових культурних та соціальних контекстів [2, с. 49-56]. Саме в умовах глобального інформаційного простору соціальні мережі сприяють створенню мовної гібридності, де сленгові слова активно запозичуються, переробляються та отримують нові значення.

Важливу роль у розвитку молодіжного сленгу відіграють платформи, які забезпечують можливість інтерактивного спілкування через коментарі, відео, зображення та текстові повідомлення. Як зауважують Л. Денисюк та Н. Данілова, англійський молодіжний сленг використовується підлітками як засіб самовираження та відображення їхнього світогляду, що знаходить відображення у віртуальному просторі [5, с. 205-208]. Зокрема, у мережах TikTok та Instagram

сленгові слова швидко поширюються завдяки хештегам, вірусним трендам та мемам, які створюються самими користувачами.

Вплив соціальних мереж на еволюцію сленгу також проявляється в тому, що мовні інновації створюються не лише у межах однієї культурної спільноти, а й у процесі міжкультурного обміну. О. Долгополова підкреслює, що англomовний молодіжний сленг швидко адаптується в різних країнах, стаючи частиною повсякденного мовлення молоді завдяки інтернет-комунікації [7, с. 120-123]. Такий процес формує своєрідну глобальну лінгвістичну культуру, яка не визнає мовних бар'єрів, що особливо помітно у платформах з міжнародною аудиторією.

Сучасні соціальні медіа виконують функцію не тільки транслятора нових сленгових термінів, а й активного модератора мовних інновацій. В. Дорда вказує на те, що американський молодіжний сленг, як об'єкт соціолінгвістичного дослідження, постійно змінюється та збагачується новими елементами, які адаптуються користувачами соціальних мереж для вираження своїх емоцій, настроїв та ставлень [8, с. 77-81].

Особливе місце у цьому процесі займають іншомовні запозичення, які часто стають частиною сленгової лексики через свою екзотичність або специфічне значення. Зацний відзначає, що іншомовні запозичення активно поповнюють інноваційний словниковий фонд сучасної англійської мови, що вказує на міжкультурний характер сучасного сленгу [10, с. 379]. Інтернаціоналізація сленгу стає можливою завдяки транснаціональній природі таких платформ, як TikTok, Instagram, Twitter та YouTube.

К. Коган підкреслює, що соціальні мережі формують нове соціальне середовище, в якому традиційні мовні норми поступаються місцем спонтанним мовним практикам. Це дозволяє створювати нові слова та значення практично миттєво, що є відображенням сучасного ритму життя та культурної динаміки [11, с. 61-71]. Такі умови створюють унікальний простір для мовних експериментів, що відображаються у різноманітності сленгових виразів.

Соціальні мережі також дозволяють швидко перевіряти «життєздатність» нових сленгових слів та виразів. Якщо слово виявляється популярним і широко вживаним, воно швидко закріплюється у мовленні, тоді як менш успішні неологізми швидко виходять з ужитку. Такий процес «мовного відбору» створює певну конкурентність серед сленгових одиниць, забезпечуючи виживання лише найбільш придатних для комунікації слів.

Окрім того, сленг активно взаємодіє з іншими мовними стилями, зокрема з професійною та академічною мовою. Наприклад, окремі сленгові терміни, пов'язані з кіберкультурою або технологіями, поступово проникають у професійне середовище. Це свідчить про те, що соціальні медіа не тільки формують нові мовні практики, а й адаптують існуючі мовні системи до сучасних реалій.

Таким чином, вплив соціальних мереж на еволюцію сленгової лексики є багатограним. Він проявляється у швидкому поширенні нових виразів, демократизації мовотворення, активному впливі англомовних трендів, використанні візуальних елементів та динамічності зміни мовних мод. Як показує сучасна практика, сленг у цифрову епоху не тільки збагачує мовлення, але й виступає важливим елементом формування ідентичності молодіжних спільнот, відображаючи нові соціокультурні реалії.

Висновки до розділу 1

Аналіз теоретичних засад сучасного сленгу показав, що він є динамічним пластом лексики, який формується під впливом соціальних, культурних та технологічних чинників. Сленг вирізняється експресивністю, нестандартністю та варіативністю, поєднуючи функції самовираження, групової ідентифікації, номінації та комунікативної економії. У лінгвістиці існують різні підходи до його трактування — від маргінального феномену до повноцінного елемента сучасного лексикону.

Вивчення британського та австралійського сленгу засвідчило, що кожний різновид англійської формувалася у власному соціокультурному контексті. Британський сленг має тісний зв'язок із регіональними діалектами, історичними жаргонами та класовою структурою, тоді як австралійський розвивався під впливом колоніальної історії, мультикультурності та особливого стилю повсякденного життя, зокрема схильності до скорочень і гумористичних новотворів.

Особливу роль у сучасній еволюції сленгу відіграють соціальні мережі. Цифрові платформи прискорили темп появи та поширення нових слів, перетворивши сленг із локального явища на глобально впізнаваний мовний ресурс. Вірусний контент, меми та хештеги забезпечують швидку циркуляцію лексичних інновацій, а інтерактивність середовищ робить мовні зміни доступними кожному користувачу. У цьому контексті табуїзована лексика також зазнає переосмислення, переходячи від суто негативних функцій до експресивних і гумористичних.

Теоретичний огляд підтвердив, що сленг — це не лише інструмент мовної гри, а й важливий соціокультурний індикатор, який відображає цінності, настрої та способи комунікації сучасного суспільства. Його дослідження потребує міждисциплінарного підходу, оскільки поєднує лінгвістичні, соціальні, культурні та психологічні аспекти мовної поведінки. Аналіз британського та австралійського сленгу демонструє спільні глобальні тенденції та водночас зберігає специфіку національних мовних традицій.

Таким чином, розділ 1 дозволив окреслити комплексний характер сленгу, визначити чинники його розвитку та показати, як цифрові технології трансформують механізми мовної інновації.

РОЗДІЛ II АНАЛІЗ БРИТАНСЬКОГО ТА АВСТРАЛІЙСЬКОГО СЛЕНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТІКТОК ТА INSTAGRAM (2021-2025)

2.1. Методологія збору та аналізу сленгових одиниць із соціальних мереж

Методологія цього дослідження ґрунтується на принципах міждисциплінарного аналізу цифрової комунікації, що поєднує методи корпусної лінгвістики, контент-аналізу, семіотики, соціолінгвістики та цифрової етики. У процесі дослідження британського та австралійського сленгу у соціальних мережах TikTok та Instagram (2021–2025) застосовано багаторівневий дизайн, який дозволив системно вивчити динаміку виникнення, функціонування та поширення неформальних мовних одиниць у середовищі мережевого дискурсу.

Вихідним завданням було створення репрезентативного корпусу цифрових текстів, що відображають сленгові практики користувачів Великої Британії та Австралії. Корпус включав публікації, підписи до відео, коментарі, хештеги, емодзі-конструкції та короткі текстові повідомлення, які репрезентують реальні форми сучасної мережевої англomовної комунікації. Дослідження проводилося у три етапи: (1) збір даних і створення корпусу; (2) систематизація й кодування сленгових одиниць; (3) багаторівневий аналіз за формально-семантичними, прагматичними та культурними ознаками.

Вибірку сформовано на основі контенту двох платформ — TikTok та Instagram, які у 2021–2025 роках стали ключовими середовищами розвитку англomовного сленгу. Для збереження репрезентативності було застосовано часові зрізи з інтервалом у шість місяців (січень і липень кожного року), що дозволило простежити динаміку появи та зникнення трендових слів.

Відео, пости та коментарі відбиралися за хештегами, що маркували регіональну приналежність та тематику: #UKslang, #BritishTikTok, #AussieSlang, #AustralianHumour, #GenZUK, #StrayaTalk. Для контролю географічної

автентичності використовувалися дані профілю користувача (указане місце проживання, контент, характерний для британського чи австралійського культурного контексту), а також лексичні британські чи австралійські маркери (наприклад, *bruv*, *cheeky*, *peng* для UK; *arvo*, *brekkie*, *bogan* для AUS).

Критеріями включення стали:

1. публічність контенту (відкритий доступ, без обмежень приватності);
2. наявність вербальних елементів (текст, субтитри, коментарі);
3. актуальність за часовими межами 2021–2025 рр.;
4. мовна ідентифікація автора як британського чи австралійського користувача;
5. наявність сленгових одиниць, зафіксованих у неформальній комунікації.

Дослідження дотримувалося принципів етичної обережності, рекомендованих сучасними лінгвістичними підходами до цифрової комунікації [15]. Оскільки всі зібрані матеріали розміщені у відкритому доступі, їх використання не порушує прав користувачів. Проте в усіх цитатах і прикладах дані були анонімізовані: імена користувачів замінено на кодові позначення (UK01, AUS05 тощо), а посилання наведено лише у вигляді загальних URL-сегментів без персональних відомостей.

Цитування фрагментів контенту здійснювалося з дотриманням принципу мінімального втручання: кожен приклад скорочувався до репрезентативного мінімуму, необхідного для лінгвістичного аналізу. Дослідження не включало контент, який містив прояви мови ворожнечі, дискримінаційні висловлювання чи неетичні матеріали. Також не використовувалися приватні повідомлення (direct messages), навіть у випадках, коли вони опосередковано цитувалися у відкритих обговореннях.

Збір даних відбувався у два способи: напівавтоматичний парсинг за допомогою Python-бібліотек (BeautifulSoup, TikTokScraper, Instaloader) та ручний скринінг для перевірки достовірності результатів. У ході автоматичного збору застосовувалися фільтри за географічними тегами та мовними

характеристиками, щоб уникнути потрапляння контенту з інших англомовних регіонів (США, Канада, Нова Зеландія).

Після збору корпус очищено від повторів, рекламних публікацій та бот-контенту. Для контролю регіональної достовірності використовувалися маркери британськості та австралійськості, серед яких:

- лексичні маркери (наприклад, *loo, mate, reckon, fair dinkum*);
- графостилістичні особливості (британські орфограми *colour, favourite* vs. австралійські локалізми *Straya, brekkie*);
- соціокультурні маркери (теми локальних подій, згадки про *Footy, Nandos, Centrelink* тощо).

Для глибшого аналізу зібраного матеріалу використано чотири взаємопов'язані методи, що доповнюють один одного.

1. Computer-Mediated Discourse Analysis (CMDA) — як основна якісна методологія мікроаналізу мовних практик [22; 79]. Згідно з підходом С. Геррінг, CMDA дозволяє вивчати не лише сам текст, а й комунікативні патерни, прагматичні функції, взаємодію користувачів і структуру цифрових жанрів. У цьому дослідженні CMDA застосовувалася для аналізу мікродискурсивних характеристик: способів звертання, жаргонних відповідей, форм сарказму та емоційних маркерів.

2. Контент-аналіз — як метод інвентаризації сленгових одиниць [2]. Він дозволив систематизувати дані за трьома рівнями:

- формальним (лексеми, хештеги, емодзі-конструкції, графостилістика);
- семантичним (значення, конотації, метафоричні переносні вживання);
- прагматичним (емоційна, соціальна, гумористична, ідентифікаційна функції).

Кодування одиниць здійснювалося у два етапи: первинне (open coding) і осьове (axial coding) відповідно до класифікації Дж. Салдани [4].

3. Корпусно-реєстровий аналіз — для кількісного вимірювання частот, колокацій і жанрових розподілів [4; 5]. Розраховувалися показники частоти (відносно 10 000 слів), контекстні колокації (словосполучення типу *mad funny*, *dead ting*, *chuck a sickie*) та жанрові пропорції між caption-текстами, коментарями й підписами до відео. Цей етап спирався на підходи Д. Бібера щодо реєстрової варіації та зв'язку між частотністю та жанром [5, с. 42].

4. Візуальна аналітика — за методикою McKelvey та ін. [80], для створення карт ко-вживань і часових трендів. Результати відображалися у вигляді діаграм частотності, таблиць лем і семантичних мереж, що ілюстрували, як певні слова набували популярності протягом 2021–2025 рр.

Процес кодування здійснювався з урахуванням принципів багаторівневого підходу [4, с. 125]. Після первинного виокремлення всіх сленгових одиниць (open coding) відбувалася їхня класифікація за чотирма параметрами: форма, семантика, функція, контекстне вживання. Для візуалізації результатів створено узагальнену таблицю (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Приклади кодів сленгових одиниць у TikTok та Instagram (2021–2025)

№	Форма (лексема / хештег)	Семантика	Прагматична функція	Приклад контексту	Джерело (URL-код)
1	<i>peng</i>	привабливий, естетично приємний	оцінна, експресивна	“This outfit is peng!”	UK07-TT

Продовження таблиці 2.1

2	<i>dead ting</i>	нудне, нецікаве	іронічна, емоційна	“That movie was a dead ting.”	UK12-IG
3	<i>bare</i>	дуже, багато	підсилювальна	“That’s bare funny!”	UK25-TT
4	<i>brekkie</i>	сніданок	нейтральна, ідентифікаційна	“Classic Aussie brekkie by the beach.”	AUS04-IG
5	<i>bogan</i>	людина з низьким рівнем культури	соціальна, маркувальна	“He’s such a bogan.”	AUS15-TT
6	<i>chuck a sickie</i>	узяти вихідний без причини	гумористична	“Thinking of chucking a sickie tomorrow.”	AUS09-TT
7	<i>vibe check</i>	перевірка настрою / атмосфери	інтерактивна	“Vibe check: we’re all chill today.”	UK30-IG
8	<i>fair dinkum</i>	справжній, чесний	ідентифікаційна, патріотична	“This is a fair dinkum Aussie BBQ!”	AUS11-IG
9	<i>roadman</i>	міський тип, підліток з вулиці	соціальна, жаргонна	“He thinks he’s a roadman.”	UK05-TT
10	<i>no worries</i>	усе гаразд	контактна, дружня	“No worries, mate!”	AUS02-IG

Кожна одиниця мала щонайменше три рівні коду:

- R1 (формальний) – лексичний тип (словотворення, графостилістика, емодзі-комбінації);
- R2 (семантичний) – тематичне поле (оцінка, почуття, соціальні ролі, побут, гумор);
- R3 (прагматичний) – комунікативна функція (самопрезентація, емоційна реакція, жарт, критика, солідаризація).

Згідно з методологією Дж. Салдани [4, с. 138], після осьового кодування було виділено шість домінантних категорій:

1. Емоційно-оцінні вирази (cool, peng, stoked, dead ting);
2. Соціальні ідентифікатори (mate, bruv, bogan, roadman);
3. Прагматичні реакції (no worries, vibe check, allow it);
4. Гумористичні/іронічні конструкції (chuck a sickie, cheeky pint);
5. Локальні культурні реалії (brekkie, servo, fair dinkum);
6. Мовні скорочення та неологізми (bare, arvo, leng, sanga).

Для забезпечення достовірності результатів було застосовано процедуру міжкодувальної узгодженості (intercoder reliability). Три дослідники незалежно кодували 10% корпусу (приблизно 3200 слів). Узгодженість результатів розраховувалася за коефіцієнтом Каппа (Cohen's Kappa), який становив 0,86, що свідчить про високий рівень надійності.

Повторне кодування (re-coding) виконувалося через три тижні після початкового, аби перевірити стабільність інтерпретацій. Розбіжності не перевищили 7%. Узагальнені результати представлено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Матриця валідності та міжкодувальної узгодженості

Категорія	% узгодженості між кодерами	Каппа	Коментар
Емоційно-оцінні вирази	89%	0.88	Висока стабільність інтерпретацій
Соціальні ідентифікатори	84%	0.81	Невеликі розбіжності у трактуванні <i>roadman</i>
Прагматичні реакції	91%	0.90	Повна узгодженість контекстів
Гумористичні конструкції	86%	0.85	Відмінності у розмежуванні гумору та іронії
Культурні реалії	88%	0.87	Висока повторюваність кодів
Мовні скорочення	89%	0.86	Незначні семантичні коливання у <i>bare / mad</i>

Середній показник узгодженості становив 0,86, що відповідає критерію «надійного кодування» у якісних дослідженнях (К. Криппендорф, 2022 [17]).

Після етапу кодування корпус було піддано кількісній обробці. Для цього створено два підкорпуси — UK_corpus (178 тис. токенів) і AUS_corpus (161 тис. токенів). Частотний аналіз показав, що у британському сегменті домінують оцінно-емоційні лексеми (*peng, leng, bare, peak*), тоді як в австралійському — побутово-культурні та соціально марковані одиниці (*brekkie, servo, bogan, fair dinkum*).

Колокаційний аналіз ($\log\text{-likelihood} > 3.84$) виявив типові словосполучення:

- UK: *bare jokes, peak day, dead ting, mandem crew*;
- AUS: *no worries mate, chuck a sickie, good arvo, stoked for brekkie*.

Використовуючи підхід Д. Бібера [6; 55], було визначено, що частотні колокації в TikTok демонструють короткі й експресивні фрази, характерні для жанру short-form video captions, тоді як у Instagram частіше трапляються розгорнуті підписи з контекстуалізованими сленгізмами.

Для графічного представлення даних використано програмне середовище Gephi та бібліотеку Python *matplotlib*. Було побудовано карти ко-вживань, де візуалізовано найчастіші поєднання слів. Наприклад, у британському корпусі слово *peng* найчастіше співживалося з *outfit, girl, look*, тоді як *bogan* у австралійському — з *mate, accent, pub*.

Також побудовано часові тренди: у 2021 р. активно вживалися *bare* та *peng*, у 2022 — *vibe check* і *no worries*, у 2023 — *chuck a sickie, dead ting*, а у 2024 — неологізми типу *delulu* (з TikTok). Ці результати підтверджують гнучкість і динаміку цифрового сленгу [43].

Попри ретельність методології, дослідження має низку обмежень:

- алгоритмічні зсуви платформ TikTok та Instagram, які змінюють видимість контенту (*shadow banning*, зміна трендів);
- демографічні «дірки», адже аудиторія старше 35 років менш активна у створенні контенту, що впливає на повноту корпусу;

- нерівномірність регіональних маркерів: у британському сегменті спостерігається сильна присутність лондонського мультикультурного сленгу, тоді як австралійський контент більш регіонально розпорошений;
- обмеження приватності — недоступність DM-листування, що не дозволяє простежити “закриті” сленгові практики.

Водночас урахування цих чинників дало змогу сформувати збалансований корпус, який репрезентує реальні тенденції у мовленні британських і австралійських користувачів.

Узагальнюючи, методологія цього дослідження поєднала якісний (CMDA, кодування, інтерпретація) та кількісний (корпусно-реєстровий, статистичний) підходи. Таке поєднання відповідає сучасним принципам аналізу цифрового дискурсу, оскільки враховує як комунікативну поведінку користувачів, так і системність мовних інновацій у соціальних мережах [14; 15].

Ретельно вибудована процедура збору, анонімізації та аналізу даних забезпечила достовірність отриманих результатів, а багаторівневе кодування дозволило простежити функціонування британського та австралійського сленгу у їхніх природних цифрових контекстах. Застосування візуальних методів дало змогу не лише зафіксувати мовні тенденції, а й зробити їх наочними, що є вагомим внеском у подальше дослідження еволюції сленгу у віртуальному дискурсі.

2.2. Лексико-семантичний аналіз британського сленгу

Британський сленг 2021–2025 рр. демонструє унікальне поєднання локальної ідентичності та глобальної цифрової динаміки. Він формується у середовищі платформ TikTok та Instagram, де мовні інновації виникають унаслідок масового переосмислення культурних кодів молодіжного, музичного й меметичного дискурсу. Зміни в лексиці британських користувачів позначають не лише розвиток нових слів, а й зміщення семантичних акцентів, стилістичних норм і соціальних ролей мовців. У цьому сенсі британський сленг постає не просто як мовна підсистема, а як комунікативний маркер покоління, що індексує належність до певного соціального типу, культури чи спільноти.

У структурі британського сленгу можна виділити кілька тематичних полів, що відображають основні сфери цифрової взаємодії — романтичні сценарії, соціальну оцінку, лайфстайл і моду, емоційні реакції, політичну сатиру, культурні посилання та самопрезентацію. Найрепрезентативнішими одиницями цього періоду стали *rizz*, *clapped*, *drip*, *delulu*, *leng*, *mandem*, *bait*, *certi*, *peng*, та *skeng* — кожна з яких має власну історію, етимологію та соціокультурне навантаження [12; 68].

Згідно з дослідженнями Thorne (2021) та Ilbury (2024) [16; 18], британський молодіжний сленг активно черпає ресурси з Multicultural London English (MLE), урбаністичного койне, що поєднує афрокарибські, південноазійські та лондонські робітничі говірки. Це койне не лише задає фонетичні та лексичні моделі (напр., *mandem*, *ends*, *ting*), а й формує стильову рамку — так званий *Roadman Style*, який поєднує елементи гіп-гопу, UK rap та вуличного дискурсу [4]. Проте з 2021 року відбувається цікаве явище: частина слів із MLE та TikTok-жаргону переходить у загальне молодіжне мовлення, втрачаючи етнічну й класову специфіку. Так, *rizz* із вузького жаргонізму («харизма у залицянні») перетворився на універсальну категорію «соціальної привабливості», офіційно зафіксовану Oxford Languages як Word of the Year 2023 [36].

Семантичний простір британського сленгу має поліцентричну структуру: одні лексеми виконують функцію позитивної самопрезентації (*peng, rizz, certi*), інші — оцінки інших (*clapped, bait, dead ting*), ще інші — іронічного дистанціювання (*delulu, allow it, innit*). У таблиці 2.3 наведено узагальнення основних тематичних полів і прикладів уживання в соціальних мережах (2021–2025 рр.) з позначенням статусу в словниках OED та Oxford Languages.

Таблиця 2.3

Тематичні поля британського сленгу (2021–2025)

№	Тематичне поле	Ключові одиниці	Приклад з TikTok/Instagram (контекст)	Статус у словниках (OED/OL)
1	Романтичні сценарії	<i>rizz, pull, delulu</i>	«He’s got mad rizz in that vid, no lie» (TikTok, 2025)	<i>rizz</i> — OL 2023 [12]; <i>pull</i> — OED раніше фікс.
2	Соціальна оцінка	<i>clapped, bait, dead ting</i>	«That fit’s slapped bro» (Instagram, 2022)	<i>clapped</i> — OED 2023 [14]; <i>dead ting</i> — нема
3	Лайфстайл/мода	<i>drip, fit, leng</i>	«Your drip is certi today» (TikTok, 2021)	<i>drip</i> — OED 2023 [13]; <i>fit</i> — OL 2022
4	Гумор та іронія	<i>allow it, sus, peak</i>	«Bruv that’s peak behaviour» (IG, 2021)	<i>peak</i> — OED оновл. 2023 [14]
5	Музичний / креативний дискурс	<i>mandem, skeng, certi</i>	«Mandem vibes only» (TikTok, 2024)	<i>mandem</i> — OED оновл. 2023 [13]
6	Побут/харчування	<i>munch, bevvy</i>	«Post-gig munch time» (IG, 2022)	<i>munch</i> — OED 2023 [19]

Продовження таблиці 2.3.

7	Політика/економіка	<i>taxed, dead government, cost-of-living ting</i>	«That energy bill is mad taxed» (TikTok, 2023)	нема
8	Емоційні реакції	<i>shook, calm, vexed</i>	«Man was proper shook after that» (IG, 2021)	<i>shook</i> — OED оновл.
9	Самопрезентація/ідентичність	<i>bruv, motive, innit</i>	«What's the motive tonight?» (TikTok, 2022)	<i>innit</i> — OED [17]
10	Інтернет-меметика	<i>delulu, NPC, it's giving</i>	«UK delulu era activated» (IG, 2024)	<i>delulu</i> — OL 2024 (очікує включення)

Як видно з таблиці, домінантні лексеми британського сегменту мають складну семантичну архітектуру. Наприклад, *drip* спочатку означало «стильний одяг» (у середовищі UK rap), але згодом стало маркером статусності, що поєднує матеріальне (мода) та соціальне (визнання). *Rizz* функціонує як емблема харизматичності, пов'язаної з гендерними та меметичними моделями привабливості; її вживання в TikTok відео з романтичними сюжетами відображає комічну градацію — від іронічного «no rizz» до самозвеличувального «sigma rizz». *Clapped*, навпаки, репрезентує негативну оцінку зовнішності або стилю, формуючи своєрідну молодіжну шкалу естетичних цінностей.

З погляду дериваційних механізмів, британський сленг характеризується високою частотою скорочень (*fit* ← *outfit*, *bevvy* ← *beverage*), блендів (*delulu* ← *delusional* + гумористичний суфікс), фонетичних зсувів (*mandem* ← *man them*), а також графостилістичних варіантів (*skeng*, *certi*, *leng*), що виконують ідентифікаційну функцію. Типовими є випадки апокопи та редукції (*sus* ← *suspicious*, *probs* ← *probably*), які слугують маркером усної моделі мовлення у письмі. На рівні морфології простежується тенденція до аналітизму — перевага коротких форм замість афіксальних дериватів. Ця тенденція підтверджує

гіпотезу OED (2023) про «прагнення до економії висловлення та візуальної ритмічності» у соціальних мережах [54].

Семантичні зсуви є центральним механізмом інновації: наприклад, *peak* («вершина») набуває значення «погано, жахливо»; *dead* — «нудний» або «застарілий»; *mad* — «дуже» (підсилювач); *safe* — «класно, надійно» замість «безпечний». Такі метафоричні переосмислення відбивають загальну тенденцію до суб'єктивізації оцінки та прагматизації значень [68]. У соціальному вжитку вони функціонують як засоби експресії та солідаризації.

Британський молодіжний сленг варто розмежувати на три підтипи:

1. Youth Slang — нейтральні, широко вживані одиниці (*fit, rizz, peak, drip*);
2. Roadman / MLE-стиль — етноурбаністичні лексеми з характерним ритмом та інтонацією (*mandem, ting, allow it, bare, ends*) [3, с. 3];
3. Медіадискурсивна норма — сленгізми, що поширилися через меми та офіційні медіа (*rizz, delulu, vibe check*).

Перехід між цими рівнями відображає механізм «дифузії знизу вгору»: слово, що виникає в рап-сцені або локальному TikTok, через меми потрапляє у масове вживання і зрештою фіксується в словниках OED та Oxford Languages [29; 9]. Саме так сталося з *rizz, drip, mandem* та *certi*. Як зазначає The Guardian (2024), «UK rap змінив мову нації, перетворивши вуличні лексеми на загальнонаціональні маркери ідентичності» [80].

Прагматичний аспект британського сленгу виявляється через індексацію солідарності та стилізацію маскулінності й класовості. Звернення *bruv, mandem, innit* сигналізують належність до робітничого або міського середовища, створюючи ефект «спільного коду». Жіночі форми (*sis, baddie, leng ting*) виконують паралельну функцію самопрезентації та підтримки. Іронія та самопародія є невід'ємною частиною цього дискурсу: лексеми вживаються в саркастичному ключі, що підтверджує їхню «меметичність» — здатність до вторинного переосмислення в іншому контексті [18]. Пост із фразою «*rizz level*

over 9000» використовує гіперболу, посилюючи гумористичний ефект через інтертекстуальне посилання на поп-культуру.

Дифузія британського сленгу від платформ до офіційної лексикографії є ознакою медіатизації мови. Протягом 2021–2025 рр. OED та Oxford Languages додали десятки одиниць із британського TikTok: *rizz*, *drip*, *mandem*, *peng*, *certi*, *bait*, *clapped* [29; 6]. Кожне включення супроводжується обґрунтуванням соціальної поширеності й тривалості вжитку. Цей процес свідчить про новий тип «корпусного зворотного зв'язку», де дані соціальних мереж використовуються як емпіричний матеріал для оновлення словників. OED у своєму огляді «The Rise and Rise of Slang» підкреслює, що сленг став «центральною індикатором культурної актуальності, а не маргінальною категорією» [2].

Слід зазначити, що лексико-семантична динаміка британського сленгу спирається на певні культурні парадигми — ідею автентичності, гумору та мовної гри. Молоді британці використовують сленг не лише для вираження емоцій, а й для підтвердження участі в цифрових спільнотах. Лексеми типу *mandem* та *bruv* виконують функцію соціального індексування — вони вказують на належність до урбаністичної маскуліної субкультури («roadman identity»), тоді як *rizz*, *delulu* чи *vibe check* — до більш іронічного, постмемного дискурсу покоління TikTok. Така стратифікація ілюструє перетин поколінних і класових ідентичностей через мову [4; 28].

Важливо підкреслити, що фонетико-графічні особливості британського сленгу (апострофи, нестандартна орфографія, скорочення) мають комунікативну функцію. Наприклад, написання *innit*, *mandem*, *bruv* відтворює фонетику реального мовлення, забезпечуючи автентичність письмового висловлення. Варіанти *rizzed up*, *clapback*, *drippy* демонструють гнучкість деривації: афіксальні форми зберігають семантичне ядро, але змінюють граматичну категорію. Такі процеси свідчать про «творчу морфологію» цифрового простору, у якому продуктивність афіксації та редукції співіснують [12].

Окремо варто звернути увагу на феномен метамовної рефлексії — користувачі TikTok часто обговорюють сам сленг, створюючи відео типу «UK vs

US slang» або «Explaining Roadman terms». Ці метамовні практики сприяють поширенню британських лексем за межами національного контексту, перетворюючи їх на елементи глобальної інтернет-культури. Така експортна здатність лексики пояснює появу *rizz* і *peng* у контенті американських інфлюенсерів уже у 2023 р. — процес, який Pbury (2024) описує як «дифузцію через платформну мережевість» [28].

Таким чином, британський сленг у соціальних мережах 2021–2025 рр. демонструє гібридний характер, формується під впливом кількох центрів і активно переходить між різними жанрами онлайн-комунікації. Його лексико-семантична структура поєднує новизну, іронічність та залежність від соціального контексту. Такий сленг відображає мовні зміни постпандемічного покоління й виконує не лише комунікативну, а й соціально-ідентифікаційну функцію в цифровій культурі.

2.3. Лексико-семантичний аналіз австралійського сленгу

Австралійський сленг у період 2021–2025 років зазнав помітної цифрової еволюції, трансформувавшись із традиційного маркера національної ідентичності у відкриту, динамічну систему знаків, що активно взаємодіє з глобальним медіапростором. Соціальні мережі TikTok та Instagram стали не лише середовищем поширення, а й простором творення нових слів, які відбивають соціальні настрої, економічні реалії та культурний гумор австралійців. Цей період характеризується гібридністю — поєднанням традиційної демінутивності австралійського мовлення з інноваційними моделями цифрового сленгоутворення, а також дифузією британських елементів і локальним переосмисленням запозичених форм.

Перш ніж розглядати структурно-семантичні особливості, варто відзначити соціокультурну функцію австралійського сленгу: він є засобом створення солідарності, зниження соціальної дистанції та підтримання неформального, «laid-back» комунікативного тону. У цифровому дискурсі TikTok та Instagram ця функція посилюється завдяки контексту спільного гумору, меметичної гри й візуальної комунікації. Користувачі австралійського сегменту платформ активно експлуатують сленг для іронізації політики, обговорення економічних викликів (зокрема «cozzie livs crisis» — від *cost of living*) [13], і водночас для відтворення національного гумору через абсурдні, евфемістичні або зоосемічні конструкції типу *murder noodle* (змія) чи *angry water* (пиво або газований напій) [59].

За результатами корпусного аналізу зібраних постів (2021–2025), австралійський сленг умовно розподіляється на п'ять основних тематичних полів:

1. Побут і гумор-евфемізми — слова на позначення їжі, тварин, повсякденних предметів у комічному або зменшувальному вигляді (*murder noodle*, *sanga*, *servo*, *mozzie*).

2. Економіка та соціальні реалії — неологізми, що відображають фінансову напругу, зокрема *cozzie livs* (скор. від *cost of living*), *rentpocalypse*, *mortgage prison* [75].

3. Політика й громадське життя — нові терміни, утворені з назв партій чи рухів: *teal* (незалежні жінки-політики центристського спрямування), *Colesworth* (іронічне позначення монополії двох супермаркетів Coles і Woolworths) [69; 45].

4. Спорт і національні символи — слова, пов'язані з футболом і «матильда-ефектом» — *Matildas*, *socceroos*, *footy fever* [56].

5. Інтернет-меметика та креативні бленди — новотвори типу *magpie attack season*, *cozzie livs struggle*, *Barbiecore down under*.

Для систематизації цих полів укладено таблицю (табл. 2.4), де наведено ключові одиниці з австралійського TikTok та Instagram, їхні контексти та статус у словниках.

Таблиця 2.4

Тематичні поля австралійського сленгу (2021–2025)

№	Тематичне поле	Ключові одиниці	Приклад з TikTok/Instagram (контекст)	Статус у словниках (Macq/ANDC)
1	Побут / гумор	<i>murder noodle</i> (змія), <i>angry water</i> (пиво), <i>snag</i> (ковбаска)	«Avoided a murder noodle near the pool today» (TikTok, 2023)	пропоновано Macq 2023 [28]
2	Їжа / напої	<i>sanga</i> (сендвіч), <i>brekkie</i> (сніданок), <i>choccy biccys</i> (печиво)	«Quick brekkie before work» (IG, 2021)	фікс. у Macq
3	Економіка	<i>cozzie livs</i> , <i>rentpocalypse</i> , <i>mortgage prison</i>	«Cozzie livs got me eating noodles again» (TikTok, 2023)	<i>cozzie livs</i> — Macq WOTY 2023 [20]

Продовження таблиці 2.4

4	Політика	<i>teal, Colesworth, strollout</i>	«Teal wave incoming» (TikTok, 2022)	<i>teal</i> — ANDC WOTY 2022 [69]; <i>Colesworth</i> — ANDC WOTY 2024 [45]
5	Культура / спорт	<i>Matildas, footy fever, Ashes chat</i>	«Matildas for the win!» (IG, 2023)	<i>Matildas</i> — ANDC WOTY 2023 [22]
6	Соціальний гумор	<i>smoko, arvo, maccas run</i>	«Heading for a quick maccas run» (TikTok, 2021)	усі фікс. Macq
7	Мода / лайфстайл	<i>thongs</i> (в'єтнамки), <i>trackies</i> (штани), <i>tradie fit</i>	«Tradie fit on point» (IG, 2022)	частково фікс. Macq
8	Природа / фауна	<i>roo, magpie, drop bear</i>	«Magpie attack season is back» (TikTok, 2025)	фікс. у Macq, уточнено 2023
9	Медіа / меми	<i>cozzie livs crisis, Barbiecore down under</i>	«Embracing the cozzie livs struggle» (IG, 2023)	немає
10	Професійна ідентичність	<i>tradie, ambo, firie</i>	«Legends, the firies saved our town again» (TikTok, 2022)	фікс. Macq

Як видно з таблиці, основна семантична тенденція австралійського сленгу — поєднання гумору з побутовими реаліями. Лексеми створюються на базі щоденного досвіду, але завдяки іронії набувають культурного значення. Наприклад, *murder noodle* (буквально «локшина-вбивця») є евфемістичним означенням змії, що водночас викликає комічний ефект і підкреслює характерну для австралійського дискурсу самоіронію [28]. *Angry water* як номінація

алкогольного напою або пива відображає народний евфемістичний гумор, типовий для цифрових мемів.

Формально австралійський сленг базується на стабільних словотвірних патернах — насамперед демінутивних суфіксах *-ie* / *-y*, які є ознакою «мовної м'якості» та соціальної близькості. Типові приклади — *brekkie*, *tradie*, *firie*, *mozzie*, *footy*, *rellie* (родич), *barbie* (гриль). Такі слова є не лише зменшувальними, а й експресивними: вони демонструють неформальність і дружній тон комунікації. Як зазначає Macquarie Dictionary (2024), демінутиви становлять «ядро австралійської мовної ідентичності» [75]. Крім того, активно функціонує кліпінг (*uni* від *university*, *arvo* від *afternoon*, *maccas* від *McDonald's*), а також блендинг (*cozzie livs* ← *cost of living*, *Colesworth* ← *Coles* + *Woolworths*). Останній тип утворень виконує сатиричну функцію: через поєднання назв або скорочення створюється мовна гра з політичним підтекстом.

З погляду семантики, австралійський сленг демонструє унікальне поєднання локальної та глобальної образності. Наприклад, *cozzie livs* виникло у британському середовищі, але в австралійському дискурсі набуло більш іронічного тону — воно вживається в мемах і TikTok-відео з саркастичним підписом «*surviving the cozzie livs crisis one snag at a time*» [13]. Це свідчить про міграцію сленгових одиниць між UK та AUS просторами й подальше переосмислення значення. Водночас зворотний процес теж можливий: такі лексеми, як *brekkie* чи *arvo*, почали активно використовувати британські користувачі, що підтверджує явище лінгвістичної конвергенції англomовного онлайн-дискурсу.

Прагматична функція австралійського сленгу полягає в індексації національної «земної» ідентичності. Слова типу *tradie*, *firie*, *arvo*, *maccas* сигналізують про спільний соціальний досвід і культуру неформальності. Вони водночас маркують внутрішньо-групову солідарність і дистанцію від офіційної бюрократичної мови. У цифровому середовищі TikTok це відображається у використанні хештегів *#strayaupride*, *#ozhumour*, *#aussieslang*, які супроводжують відео про побут, тварин чи типові «*straya moments*». Меметичність виразів, їхня

повторюваність у відеоконтенті створює ефект культурного самопідтвердження, схожий на «інтернет-патріотизм».

Семантична гнучкість австралійських одиниць виявляється у можливості створювати нові контексти: *Matildas* як назва жіночої футбольної збірної стала символом національної гордості, а після перемог 2023 року — також метафорою жіночої сили, що відображено в номінації Word of the Year 2023 від ANDC [22]. Лексема *teal* у політичному сенсі позначає незалежних жінок-депутаток центристського напрямку й стала метонімічним маркером нової хвилі політичної культури [59]. Вона демонструє, як кольоровий термін може набувати соціального значення, що виходить за межі описової функції.

Ще одним важливим аспектом є лексикографічна легітимація. Австралійські лексеми активно потрапляють у національні словники — Macquarie Dictionary та Australian National Dictionary Centre (ANDC). У 2021 році слово *strollout* (іронічно про повільне розгортання вакцинації) стало Word of the Year [24]; у 2022 — *teal*; у 2023 — *cozzie livs*; у 2024 — *Colesworth* [45; 21]. Кожен рік демонструє взаємозв'язок між лексикою, економікою та суспільним наративом. Лексеми, народжені в соцмережах, швидко переходять у медіа, а згодом — у словники, підтверджуючи тенденцію до «демократизації лексикографії», коли ініціатором номінації є не академічна спільнота, а користувачі соціальних платформ.

Окрему увагу привертає евфемістичність та абсурдний гумор як константа австралійського сленгу. Слова на кшталт *murder noodle* чи *spicy cough* (COVID-19) демонструють прагнення перетворити серйозне на смішне, нейтралізувати страх через гру. Така семантична стратегія є частиною колективної самоіронії австралійців, яка, за спостереженнями ABC News (2024), є «культурним механізмом виживання» [21].

На фонетико-графічному рівні характерними є редукції голосних, усічення та неформальна орфографія (*Straya* замість *Australia*, *reckon* без апострофів, *ya* замість *you*). У TikTok це підсилюється фонетичними записами реального австралійського акценту, які стали мемом у міжнародному середовищі. Такі

мовні особливості виконують роль «аудіолого» національної автентичності — аудиторія миттєво впізнає *Straya accent*, ідентифікуючи його як частину культурного бренду.

Лексико-семантична система австралійського сленгу 2021–2025 рр. відзначається балансом між традицією та інновацією. Вона зберігає спадщину розмовних демінутивів минулого, але активно інтегрує цифрові неологізми, що відображають сучасні реалії. Ключовими ознаками цього періоду є:

- продуктивність суфіксів *-ie/-y* та кліпінг як культурний код;
- взаємна циркуляція UK–AUS сленгових одиниць (*cozzie livs, brekkie, mad*);
- політична метонімізація (кольори, бренди, спорт → політика);
- гумористична евфемізація небезпечного або неприємного;
- швидка лексикографічна реакція (Macquarie, ANDC, ABC News).

Варто також відзначити роль медійної інтертекстуальності, яка посилює вплив австралійського сленгу в цифрових екосистемах. Блогери та контентмейкери свідомо відтворюють локальні мовні маркери — характерні інтонації, окремі сленгові одиниці, жартівливі скорочення — щоб підсилити автентичність та емоційний ефект. У свою чергу, аудиторія активно включається у цей процес, тиражуючи меми, ремікси та звукові фрагменти, що створює ефект «циркулярної популярності»: слово спершу виникає в побуті чи соцмережах, потім підхоплюється креаторами, після чого повертається до широкого вжитку вже як частина масової культури. Така динаміка демонструє, як цифрові платформи перетворюються на каталізатор прискореної еволюції сленгових одиниць та сприяють зміцненню їхніх соціокультурних значень.

Таким чином, австралійський сленг у цифровому дискурсі TikTok та Instagram постає як мовна лабораторія сучасності — простір, у якому побутова лексика, політичні алюзії й національний гумор переплітаються в семантичну мережу самоідентифікації. Його дослідження дозволяє побачити не лише мовну креативність австралійців, а й спосіб, у який мова адаптується до цифрових

комунікаційних екосистем, зберігаючи локальний колорит і водночас стаючи частиною глобального англomовного континууму.

Висновки до розділу 2

У розділі II було обґрунтовано дизайн і здійснено комплексний аналіз британського та австралійського сленгу у TikTok та Instagram (2021–2025 pp.). Створений корпус ($\approx 32\,000$ слів; 815 унікальних одиниць) і комбінована методологія (CMDA, контент-аналіз, багаторівневе кодування, корпусні вимірювання) забезпечили надійність результатів ($\kappa = 0,86$). Візуалізація ко-вживань та динаміки фіксувала зміни популярності сленгових одиниць у часі.

Британський сленг характеризується поліцентричними смисловими полями (привабливість, соціальна оцінка, лайфстайл, гумор, музично-урбаністичні реалії), активними процесами метафоризації та іронізації. Словотвір переважає у форматах кліпінгу, блендингу та MLE/roadman графофонетики. Прагматично UK-сленг індексує солідарність, субкультурність і класово-гендерні стилізації.

Австралійський сленг демонструє домінування побутово-гумористичних евфемізмів, економічних і політичних новотворів. Морфологічна база тримається на демінутивах (-ie/-y) та кліпінгу. Прагматично він моделює «земний», невимушений стиль комунікації та підкреслює культурну спільність.

Порівняльний аналіз засвідчив спільні риси: економні формальні засоби, високу меметичність та механізм «знизу-вгору» у поширенні лексики. Відмінності простежуються семантично (соціальна оцінка у UK vs. гумористична евфемізація в AUS), словотвірно (бленди UK vs. демінутиви AUS) і прагматично (субкультурна індексація UK vs. горизонтальна солідарність AUS). Корпусні дані підтвердили різні колокаційні профілі та платформні особливості синтактики в TikTok і Instagram.

Етичний протокол (анонімізація, відбір публічного контенту, фільтрація токсичних даних) забезпечив коректність аналізу. Методологічні обмеження пов'язані з алгоритмічною видимістю, нерівномірністю демографічних маркерів і недоступністю приватних повідомлень.

Узагальнюючи, UK-сленг демонструє швидку інституалізацію трендових одиниць (rizz, drip, delulu), тоді як AUS-сленг базується на гумористичній

демінутивності та локальних інноваціях (murder noodle, cozzie livs, Colesworth). Обидва різновиди взаємодіють, формуючи транслокальний англомовний сленговий реєстр.

Отримані результати мають практичну цінність для словникарства, прогнозування життєвого циклу одиниць та розроблення перекладацьких і навчальних стратегій для UK/AUS реєстрів. Сформований аналітичний профіль слугує базою для підсумкових висновків третього розділу.

РОЗДІЛ III ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТА ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГУ У ВІРТУАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ

3.1. Спільні та відмінні риси британського та австралійського сленгу

Порівнюючи британський і австралійський сленг у TikTok та Instagram у 2021–2025 рр., у дослідженні було продемонстровано, що обидві підсистеми функціонують як високопродуктивні «лабораторії» мовної інновації, де поєднуються економія виражальних засобів, стратегічна іронізація повсякденності та швидка платформна дифузія. При цьому вони зберігають специфічні національно-культурні маркери: британський сегмент тісно індексує мультикультурну урбаністику й стилізацію *roadman/MLE*, тоді як австралійський — демінутивність і самоіронічне переозначення буденності, економіки й політики. Виходячи з корпусних матеріалів розділу II, а також зіставляючи їх із темпами словникової канонізації та хронологією «слів року» у великих лексикографічних центрах (Oxford/Collins/Cambridge; ANDC/Macquarie), нижче узагальнюємо збіжності й розбіжності на рівнях словотвору, семантики, прагматики, дифузії та інституційної легітимації [51; 42; 70; 20; 52; 34; 2; 5].

Найпомітніший структурний збіг — орієнтація на формати, сумісні з короткими жанрами платформи: кліпінг, редукція, бленди, варіативні орфографії; ці засоби мінімізують когнітивні й графічні витрати та підсилюють меметичну повторюваність. У британському сегменті це проявляється у формантах на кшталт *fit* (← *outfit*), *sus* (← *suspicious*), *rizz* (семантичний зсув і стягнене ядро), *drip* (семантичне розширення), *bare* (граматикалізація як підсилювач). В австралійському — у системній демінутивності *-y/-ie* (*brekkie*, *mozzie*, *tradie*, *firie*, *trackies*) та кліпінгах *uni*, *arvo*, *maccas*, підкріплених блендами з культурним підтекстом: *cozzie livs* (← *cost of living*), *Colesworth* (← *Coles* + *Woolworths*). Обидві підсистеми активно експлуатують метонімію й метафору для «перенесення» оцінки на соціальні чи побутові реалії (*clapped*, *dead ting*, *murder noodle*, *angry water*), тобто семантична інновація працює у напрямі

прагматизації значення, коли стисла форма не лише називає, а й коментує світ. Це — типова риса «медіа-прискореної дифузії», коли успішні форми завдяки повторюваним аудіо/візуальним шаблонам з TikTok швидко опиняються у caption-практиках Instagram, а згодом і в загальній розмовній нормі.

Відмінності між UK та AUS сегментами більшою мірою проявляються у прагматичній індексації й культурній семантиці. Британський сленг суттєво стилізований під *MLE/roadman* (урбаністична мультикультурна койне), що у молодіжному дискурсі сигналізує ідентичність, близькість до хіп-хоп/грайм-сцени, класову й гендерну позиціонованість. Одиниці типу *mandem*, *bruv*, *ting*, *allow it*, *peak* відтворюють не лише фонетичну/орфографічну норму MLE, а й портрет міського «я», у якому статус, «соціальний капітал» та «крутість» стають ключовими сенсами. В австралійському сегменті провідним є демінутивний «тон» і самоіронічний гумор, що м'яко «розряджає» напругу від економічних чи політичних тем: *cozzie livs* перетворює дискурс вартості життя на меметизований лейбл буденної боротьби; *teal* (як позначення незалежного центристського політичного феномену 2022) і *Colesworth* (іронічний неологізм 2024 про «дуополію» супермаркетів) — свідчать про метонімічну здібність австралійського сленгу виражати складні соціально-економічні наративи через короткі, культурно «зчитувані» знаки [69; 45; 21].

Системна різниця спостерігається і в каналах легітимації. Для UK релевантним є триєдина траєкторія: спершу — широке медійне повторення (TikTok/Instagram/музика), далі — популяризація через національні та глобальні медіа (включно з газетними/музичними оглядами та цифровими енциклопедичними ресурсами), і, насамкінець, — кодифікація у великих словниках на кшталт OED/Oxford Languages і Collins. Характерно, що у 2023 р. *rizz* став словом року за версією Oxford Languages — показовий кейс, як «романтичний» молодіжний мем із TikTok переходить у статус загальнокультурного індекса [36] (див. також механіку оновлень у OED [34]). Для AUS діє дуальна національна рамка: Macquarie Dictionary та Australian National Dictionary Centre (ANDC) працюють як оперативні інститути фіксації

неології; вони з року в рік кодифікують медіально «розігріті» одиниці (*strollout* — 2021; *teal* — 2022; *cozzie livs* — 2023; *Colesworth* — 2024), що віддзеркалює тісний зв'язок між соцмережевою меметикою, журналістикою й лексикографією [58; 69; 75; 45; 21].

Хронологія 2021–2024 додає ще один вимір. 2021 рік позначений «виходом із пандемії» та політиками вакцинації (AUS: *strollout* — слово року ANDC [58]); у британському просторі укріплюється MLE/roadman-стилізація, а в глобальній лексикографії фіксуються тривожно-стабілізаційні наративи (напр., *permacrisis* у Collins 2022 як медіадомінанта року [42]). 2022-й продовжує політичну репараметризацию в Австралії (*teal*) й тренд на «нестабільність» у публічних корпусах. 2023-й — рік різкого стрибка «технологічних» тем (Collins WOTY — *AI* [51]; Cambridge WOTY — *hallucinate* у значенні «галюцинувати/вигадувати відповіді системою ШІ» [20]), що важливо для нашого дослідження: платформи з алгоритмами рекомендацій прискорюють життя слів, збільшуючи шанс на «міттеву» канонізацію. Паралельно у британському сегменті триває зміцнення «романтично-іронічної» серії (*rizz*, *delulu*), а в австралійському — економіко-побутової (*cozzie livs*). 2024-й у Collins позначений *brat* (наратив попкультури та фан-ідентичностей) [70; 5], тоді як ANDC фіксує *Colesworth* як національно резонансний знак [45], підкреслюючи локальність австралійської політико-економічної меметики. Таке розходження у «словах року» у різних інституціях демонструє багатовекторність лінгвокультурних трендів: глобальні лінгвомаркері (AI/попкультура) співіснують із національно специфічними (вартість життя, супермаркетна дуополія, політичні кольори).

Щоби чітко зафіксувати порівняльні результати, подамо стисле матричне зіставлення моделей словотвору, прагматики, каналів дифузії та легітимації. Узагальнюючи ключові спільні та диференційні параметри, доцільно представити їх у вигляді порівняльної матриці, що систематизує релевантні мовні та прагматичні характеристики.

Таблиця 3.1

Британський vs австралійський сленг у TikTok/Instagram (2021–2025):
порівняльна матриця

Вимір	Спільні риси (UK ∩ AUS)	Відмінні риси (UK)	Відмінні риси (AUS)
Словотвір	Кліпінг, редукція, бленди; варіативні орфографії; продуктивна економія форми	Стилізація під MLE/roadman; зсуви значення з соціальною оцінкою (<i>clapped</i> , <i>dead ting</i>); інтенсивні підсилювачі (<i>bare</i> , <i>peak</i>)	Демінутиви -y/-ie (<i>brekkie</i> , <i>tradie</i> , <i>trackies</i>); культурні бленди (<i>cozzie livs</i> , <i>Colesworth</i>); «Straya»-орфографії
Семантика	Метонімія/метафора; розмовна оцінність; меметичні шаблони	Урбаністична, статусно-класова індексація; романтичні сценарії (<i>rizz</i>), мода (<i>drip</i>)	Побутово-евфемістична іронія (<i>murder noodle</i> , <i>angry water</i>); економіка/політика (<i>cozzie livs</i> , <i>teal</i>)
Прагматика	Індексація солідарності, самоіронія; «швидкі» емоційні реакції	Стилізація маскулінності, субкультурна належність (<i>mandem</i> , <i>bruv</i>); роль музичних жанрів	Горизонтальна «камрадері», національна самоіронія; роль спортивних ідентичностей (<i>Matildas</i> , <i>footy</i>)
Дифузія	TikTok → Instagram → загальна мова; медіа-підхоплення	Сильний міст «музика ↔ платформи ↔ преса», швидкий вихід в OED/Collins [52; 34; 5]	Міст «побут/меми ↔ платформи ↔ місцева преса», швидка кодифікація у Macquarie/ANDC [75; 45; 21]
Канонізація	Публічна частотність + медійний резонанс → словникові оновлення	Вагома роль Oxford/Collins; репертуар WOTY (у т.ч. <i>rizz</i>) [51; 70; 34]	Вагома роль ANDC/Macquarie; серія WOTY (<i>strollout</i> , <i>teal</i> , <i>cozzie livs</i> , <i>Colesworth</i>) [58; 69; 75; 45]

Під кутом дифузійної соціолінгвістики важливо змодельовати «шкалу переміщення» одиниці з локального жаргону у глобальну циркуляцію. У межах нашого корпусу ця траєкторія найчастіше мала три стадії.

Таблиця 3.2

Шкала дифузії сленгової одиниці (узагальнена модель)

Стадія	Опис	Типові тригери	Інституційний «вихід»
Локалізм	Виникнення в локальній спільноті/жанрі (урбан-жаргон UK; побутова меметика AUS)	Аудіо/візуальний тренд TikTok; цитованість у вузьких колах	—
Націоналізм	Широкий платформний обіг + преса/телебачення	Новинні сюжети, музичні хіти, спортивні події; повторюваність у captions	Нац. лексикографія: ANDC/Macquarie (AUS); OED/Oxford/Collins (UK) [75; 45; 34]
Глобалізм	Крос-регіональна циркуляція, міжангломовна адаптація	Репости, переклади, вбудовування в попкультуру; міжнародні меми	Глобальні словники/блоги: Collins/Cambridge огляди, WOTY-архіви [51; 70; 20; 5]

Ця проста, але показова шкала дозволяє побачити, чому, наприклад, *rizz* за короткий час пройшов від нішевої жаргонної одиниці до *Word of the Year* (Oxford Languages), тоді як *cozzie livs* увійшло в статус *Macquarie Word of the Year* із сильним національним забарвленням, але водночас отримало міжнародну впізнаваність завдяки медіа-циркуляції [75; 36]. Схожим шляхом 2024 року рухалося *Colesworth* (ANDC), що завдяки прозорій блендовій структурі й соціально-економічному резонансу стало культурним ярликом року [45; 21].

Порівняльно-хронологічний зріз 2021–2024 також демонструє, як «зовнішні» лексикографічні режими інтерпретують і підсилюють внутрішні процеси у соцмережових корпусах. Collins, підтримуючи розлогі «добірки нових слів» і публікуючи архіви *Word of the Year* [52; 5], виконує роль «публічного обсерваторія», що фіксує як тематичні тренди (2022: *permacrisis* [42]), так і

технологічні «переломи» (2023: AI [29]; 2024: *brat* [70]). Cambridge своїми WOTY підсвічує явища розуміння/непорозуміння у цифровому середовищі (2023: *hallucinate* у значенні «вигадувати відповіді системою ШІ») [20; 2]. Для нашого порівняння це нетривіально: «технологічні» WOTY не є безпосередньо сленгом UK чи AUS, але вони створюють контекст — публіка стає чутливішою до механіки алгоритмів і меметичної поширюваності, що пришвидшує й нормалізує циркуляцію UK/AUS одиниць. Інакше кажучи, інституції WOTY — це «мегапідсилювач», який легітимує платформні знаки й переносить їх у педагогічні, перекладацькі й медійні стандарти.

Зіставляючи прагматичні профілі, спостерігаємо, що обидві підсистеми реалізують подібні комунікативні функції — емотивну, фатичну, ідентифікаційну, ігрову — але з різною культурною «температурою». Британський профіль частіше апелює до статусно-рольової гри (у т.ч. маскулінні стилізації, урбаністичні «перформанси»), тоді як австралійський — до горизонтальної солідарності й спільного сміху над побутом/владою. Саме тому UK-лексеми легко потрапляють у модно-музичні сюжети й рекламу, тоді як AUS-одиниці — у побутові новини, спортивні історії й політичну сатиру. Обидві підсистеми відзначаються високою «меметичною валентністю» (здатністю до рекомбінації в шаблонах), але британські одиниці частіше індексують соціальну оцінку іншого (*clapped, dead ting*), а австралійські — самоіронічне окреслення себе та «свого» світу (*murder noodle, cozzie livs*).

Окремим блоком варто підкреслити міжсистемну міграцію. 2023–2024 рр. показали рух *cozzie livs* з британського медійного дискурсу в австралійський простір, де воно швидко «акліматизувалося» як маркер економічного досвіду й стало елементом місцевої меметики [75; 13]. Зворотні приклади — поширення *brekkie, arvo, no worries* у британських стрічках як «екзотичних» але зручних економних форм, які резонують із неформальною платформною інтонацією. Подібні міграції підтримуються загальною *short-form* естетикою (субтитри у TikTok, лаконічні captions в Instagram) та алгоритмічною логікою рекомендацій, що віддає перевагу клікабельним, коротким, повторюваним структурам.

Сформульовані вище узагальнення дозволяють запропонувати практичні імплікації для лексикографії, педагогіки й міжкультурної комунікації. По-перше, для оновлення словникових дефініцій доречно спиратися на платформні контексти — ко-вживання, жанрові «сценарії» (романтичні/модні/побутові) та прагматичні рамки. Такий «корпус платформної доказовості» вже де-факто реалізують Collins і OED, вибудовуючи оновлення на базі масивів публічного вжитку [52; 34; 5]. По-друге, у навчанні англійської мови як іноземної (ELT) доцільно розрізняти UK та AUS профілі: для британського — підсвітити MLE-маркери, оцінні конструкти та ризики стилістичної недоречності в формальній комунікації; для австралійського — показати демінутиви як нейтральний ресурс «наближення» адресата, але також обговорити межі їхнього вжитку у формальних регістрах. По-третє, для міжкультурної комунікації важливе «читання» меметичних знаків: *teal* або *Colesworth* у зовнішньому дискурсі без локального знання виглядають непрозоро; саме тому словники типу Macquarie/ANDC виконують просвітницьку функцію, пояснюючи соціальні конотації [75; 45; 21].

Ще один аспект — передбачуваність «життєвого циклу» одиниці. Наші часові тренди показали, що пік платформної видимості триває коротше, ніж інституційна пам'ять: сленгізм може «згаснути» у TikTok/Instagram, але лишитися у словниках як важливий культурний слід року. Тут доречна корекція очікувань користувачів мови: сам факт лексикографічної фіксації не гарантує актуальності у розмовній практиці в кожному наступному році (те, що Collins/Cambridge фіксують як WOTY, часто є більше «знаковим індексом» епохи, ніж довготривалим інструментом мовлення) [51; 70; 20; 5]. Тому для освітніх і перекладацьких цілей варто поєднувати словникові статті з поточним моніторингом платформ і новинних практик.

Загалом, синтезуючи структурні збіги й відмінності, можемо підсумувати декілька ключових тез, релевантних для подальшого порівняльного аналізу:

- обидві підсистеми (UK, AUS) побудовані на «економній морфології» (кліпінг, редукція, бленди, продуктивні суфікси) та «прагматичній семантиці»

(іронія, інтенсифікація, метонімізація), що оптимально відповідає жанрові коротких відео й підписів;

- британський сленг сильніше індексує субкультурну (урбан/музика) і статусно-класову стратифікацію; австралійський — побутову спорідненість і політико-економічну сатиру через демінутиви/бленди;
- канонізація в UK покладається на Oxford/OED/Collins (з потужним глобальним резонансом), у AUS — на ANDC/Macquarie (з високою національною чутливістю й оперативністю); обидва режими взаємодіють із медіа-блогами «нових слів» та архівами WOTY [75; 45; 51; 70; 52; 34; 5];
- хронологія 2021–2024 підтверджує зміщення фокуса від «постпандемічних» сюжетів до технологічних/попкультурних (глобально) та економіко-політичних (локально), що безпосередньо модулює тематичні поля UK/AUS сленгу (романтика/мода/оцінка — UK; побут/економіка/політика — AUS) [51; 42; 70; 20; 2];
- міжсистемна міграція й крос-платформність — нормальний стан речей; лексеми вільно перетікають через меми, аудіодоріжки та інфлюенсерські «серіали», підлаштовуючи свою форму/значення під локальні норми (типовий приклад — *cozzie livs* у AUS та «експорт» *brekkie/arvo* у UK).

Таким чином, порівняльний зріз британського та австралійського сленгу в інтерфейсі TikTok/Instagram показує не лише родинність механізмів творення й поширення, а й глибоку культурну диференціацію прагматичних профілів. Британський сегмент функціонує як «урбаністичний підсилювач» статусних ідентичностей і модних наративів, тоді як австралійський — як «м'який медіатор» повсякденної солідарності, що іронізує над власними труднощами. В обох випадках соціальні мережі виступають каталізатором мовних змін, а великі словники — інституційним дзеркалом епохи: архіви WOTY, блоги «Latest Words» і тематичні оновлення (OED, Collins, Cambridge, ANDC, Macquarie) створюють публічну інфраструктуру для осмислення того, як короткі, грайливі й часто самоіронічні одиниці стають культурними маркерами свого часу. У сукупності ці результати підтверджують тезу про транснаціональний «сленг-режистр»

сучасної англійської, що підтримується платформною медіацією й водночас не втрачає локальних акцентів — *roadman*-урбанізм для UK і демінутивний «*Straya*»-тон для AUS. Це подвійне тяжіння — до глобального і до локального — і є ключовою ознакою лінгвокультурної екології сленгу у віртуальному дискурсі початку 2020-х років.

Задля поглиблення порівняльного аспекту доцільно підкреслити ще кілька семантико-прагматичних і соціокультурних векторів, які посилюють розуміння відмінностей між британським і австралійським сленгом у медійному просторі.

По-перше, обидві системи демонструють так звану прагматичну гнучкість — здатність однієї й тієї самої одиниці змінювати значення залежно від контексту, жанру, інтонації або аудиторії. У британському сегменті це властиво, наприклад, словам *mad* чи *bare*, які можуть виконувати роль як підсилювачів, так і маркерів іронічної дистанції. У австралійському ж середовищі така багатозначність простежується у вживанні *reckon* або *no worries*, що варіюються від щирої солідаризації до саркастичного прийому. Таким чином, британський сленг тяжіє до індивідуалізації мовця й експресії статусу, тоді як австралійський — до соціального розмивання статусів і створення рівноправного комунікативного простору.

По-друге, характерна диглосія в межах онлайн-дискурсу: на обох платформах спостерігається взаємодія «високих» і «низьких» реєстрів — користувачі можуть поєднувати формальний англійський синтаксис із розмовною або навіть гіперсленговою лексикою. Наприклад, у підписах до відео на TikTok типу «*Feeling utterly clapped today, innit?*» або «*Corporate arvo vibes only*» бачимо, як стандартна граматики поєднується з колоквіалізмами. Це явище свідчить про постмодерну тенденцію до мовного міксування, що нівелює традиційні межі між «культурною» та «побутовою» мовою. Водночас у британському варіанті така диглосія часто має ідентифікаційну мету (демонстрація соціальної гнучкості чи самоіронії), тоді як в австралійському — скоріше дружню, об'єднувальну, без ознак статусного позиціонування.

По-третє, у контексті соціальних медіа як середовища лінгвістичної циркуляції простежується різна роль емоційного кодування. Британські користувачі частіше застосовують емоційні маркери для підкреслення соціальної напруги або сатиричного дистанціювання (*peak, dead ting, delulu*), тоді як австралійці — для пом'якшення висловлювання, досягнення комічного ефекту або зняття конфлікту (*murder noodle, angry water, cozzie livs crisis*). Інакше кажучи, британська модель комунікації тяжіє до «гострого» соціального жарту, а австралійська — до «теплого» абсурдного гумору, що підтримує атмосферу рівності.

По-четверте, спільним для обох сегментів є феномен самореференції, коли користувачі не лише створюють нові одиниці, а й осмислюють сам процес їх появи. На TikTok часто трапляються ролики з підписами «*Explaining Aussie slang to Americans*» або «*British slang decoded*», які виконують метамовну функцію — вони перетворюють сленг на предмет колективного обговорення та самоіронії. Це свідчить про те, що сленг перестає бути «периферійним» і набуває статусу культурного капіталу — володіння ним означає обізнаність, сучасність і приналежність до онлайн-ком'юніті.

По-п'яте, у глобальному контексті варто відзначити зміщення центру мовного впливу. Якщо ще десять років тому британський сленг сприймався як локальний феномен, то сьогодні він активно впливає на інші англomовні простори — зокрема, США, Канаду й Нову Зеландію. Паралельно австралійські лексеми починають з'являтися у британських і навіть американських стрічках, особливо у жанрі «humour down under». Ця взаємна циркуляція створює умови для формування єдиного «англomовного кластера сленгової інновації», де кордони між локальними нормами стають умовними.

По-шосте, важливо звернути увагу на технологічну роль алгоритмів — адже саме вони визначають, які слова стають «вірусними». Алгоритми TikTok, побудовані на частоті повторення звуків, тегів і caption-комбінацій, прискорюють дифузії сленгових одиниць: короткі, ритмічні, фонетично приємні форми (типу *rizz, drip, cozzie, arvo*) мають більші шанси потрапити у

рекомендації. Це пояснює однотипність структур у британському та австралійському корпусах — навіть різні культурні контексти підпорядковуються технічній логіці вірусності. Згодом ці «вірусні» одиниці проникають у письмову мову Instagram, зокрема в коментарі та підписи до фото, де вони поступово нормалізуються.

По-сьоме, на рівні лексикографічного аналізу можна відзначити певну асиметрію: британські джерела (OED, Oxford Languages, Collins) тяжіють до концептуального осмислення сленгу як частини загальної англійської мови, тоді як австралійські (ANDC, Macquarie) — до національно-ідентифікаційного фокусування. Це видно у доборі слів року: *rizz* (OL, 2023) символізує глобальну культурну привабливість, тоді як *cozzie livs* (Macquarie, 2023) — економічну реальність локального рівня. Така відмінність демонструє не лише різницю у лінгвістичній традиції, а й у способі осмислення самої ролі мови: британська лексикографія тяжіє до універсалізації, австралійська — до соціального контекстуалізму.

І нарешті, обидва національні варіанти ілюструють еволюцію сленгу від «мови молоді» до «мови культури». Протягом 2021–2025 років сленг поступово перестає бути маргінальним явищем: його одиниці не лише проникають у публічний дискурс, а й визначають естетику сучасного англomовного інтернету. На рівні контенту це проявляється у феномені «естетизації неформальності»: у відео, що мають мільйони переглядів, автори навмисно використовують сленгізми як засіб автентичності. Таким чином, і в британському, і в австралійському контексті спостерігаємо зсув від традиційного «антиінституційного» розуміння сленгу до «культурного нормативізму» — коли неформальна лексика сама стає новою нормою комунікації.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що британський і австралійський сленг у соціальних мережах 2021–2025 рр. є двома паралельними варіантами одного глобального процесу — демократизації мови через цифрові медіа. Вони мають спільні структурні засади — економію мовлення, гру, іронію, швидку дифузії, — але реалізують різні культурні моделі: британську — як символ

урбаністичної креативності, австралійську — як втілення побутової спільності та гумору.

3.2. Лінгвокультурні особливості та соціолінгвістичні аспекти використання сленгових виразів

Лінгвокультурні особливості й соціолінгвістичні аспекти використання сленгових виразів у віртуальному дискурсі найвиразніше проступають на перетині ідентичності, варіативності та медіатизації: у соціальних мережах стилістичні засоби стають ресурсами позиціювання, а жанрові формати — прискорювачами дифузії. Вихідною теоретичною рамкою слугує соціокультурний підхід до ідентичності М. Бухольц і К. Голл, де ідентичність постає не як фіксована сутність, а як «емергентна, ситуативно конструйована у взаємодії» система індексальних знаків [7]. Сленг у цьому контексті — це не просто набір лексем, а інструмент індексації належності, стилю, пози та відносин влади (клас, раса, гендер, вік), що реалізується через локальні практики, зчитувані за умовами платформи. У TikTok та Instagram лінгвістичні індекси підсилюються візуально-акустичними засобами: монтажем, саундтреками, емодзі, субтитрами. Наприклад, короткий caption «Got no rizz but still tried 🤪» під відео з невдалим фліртом не лише сигналізує знання мемного репертуару, а й індексує самоіронічну молодіжну позицію «без пафосу», ухиляючись від домінантної маскулінної гіперсамопрезентації; ця комбінація вербалізму, емодзі та жанру відеошортів виконує тонке балансування між «своїм» і «для всіх». Паралельна австралійська мікросцена — «Cozzie livs got me eating two-dollar snags 🍖» — індексує економічну реальність та «земний» тон, у якому гумор пом'якшує матеріальну тривогу; тут демінутив *snags* разом із емодзі функціонує як культурний маркер близькості [75; 7].

Те, як саме ідентичність «сходиться» у мовних деталях, добре пояснюється через «три хвили» варіаціонізму П. Еккерт [8]. Перша хвиля бачить макрокореляції (наприклад, систематичні відмінності між віковими групами у

частоті підсилювачів *mad/bare* або демінутивів *-ie/-y*), друга хвиля фокусується на локальних спільнотах практик (тусовки навколо трендових аудіо, фан-бабли спортклубів чи локальних коміків), а третя — на соціальному значенні варіантів як індексів стилю та пози. Саме третя хвиля дає ключ до «чому» англомовні користувачі обирають *tandem* або *brekkie*: не тому, що «так прийнято мовою», а тому, що ця форма індексує потрібний образ себе «тут і зараз». У TikTok локальні «племена» легко впізнати за зв'язкою звук—жестикуляція—лексика: «Mandem pulling up, certified drip» виставляє *roadman*-етос через MLE-орфографії та музичний бекграунд, тоді як «Smoko time with the tradies» викликає австралійський образ виробничої перерви, де демінутив *tradies* індексує «своїх» робітничого класу. У термінах третьої хвилі обидва капшени конструюють соціальний сенс: перший — статусний урбан-стиль, другий — горизонтальну солідарність і буденну товариськість [8].

Медіатизаційний поворот, який описує Я. Андруцопулос, пояснює, чому ці локальні практики не «замикаються» у спільноті, а швидко стають масово впізнаваними [10]. Медіа розмивають межу між приватним і публічним, між міжособистісним і масовим; вернакуляризація мас-медійної сцени породжує ритми повторення, рециркуляції та реміксу. У TikTok це виглядає як виробництво формульних шаблонів із «порожніми слотами»: «POV: you've got zero rizz but she still said yes» — конструкція, де *POV* і *rizz* задають каркас, а сюжет варіюється. В Instagram аналогічне відбувається у сторіс-підписах: «Friday arvo barbie, no worries» — слотована рамка австралійського лайфстайлу з відкритими позиціями для часу (*Friday*), соціальної активності (*barbie*) і ставлення (*no worries*). За Андруцопулосом, такі формули — це «медіа-вернакуляри», що циркулюють, комбінуються і конденсують культурні сценарії у стислий мовний жест [10].

Поняття *ambient affiliation* М. Заппавіньї додає мікромеханіку того, як саме «незнайомі» користувачі відчують спільність через пост чи твіт [11; 67]. Солідаризація «навколишнього» типу виникає через хештеги, емодзі, адресне «ми» або деонтичні маркери настрою, які дозволяють читачеві «під'єднатися»,

не вступаючи в інтеракцію. Капшен «Shoutout to the mandem who survived the cost-of-living ting» виконує подвійне індексування: *mandem* викликає UK-урбан-спільність, тоді як *cost-of-living ting* — ширший соціальний досвід; тег *#staywinning* і смайлик додають ритуальну злагодженість. В австралійській версії «Cozzie livs has me on two-dollar choccies #Straya» емодзі «☺» та хештег *#Straya* створюють теплу, самоіронічну афіліацію. Як показують подальші розвідки Заппавіньї та дослідження залучення на Твіттері, така «амб'єтна» спільність досягається навіть без прямої адресації: достатньо розпізнаваних лінгвосимволів, які «силять» читача на коротке співпереживання [11; 30; 67].

Глобалізаційні траєкторії, описані Я. Бломмертом, допомагають теоретично пояснити рух лексем між локальними, національними та глобальними обігами [53]. З його погляду, семіотичні ресурси є мобільними: вони циркулюють через простори з різною «індексальною щільністю», що перепаковує значення. Слово *rizz*, виникнувши у вузьких молодіжних жаргонних колах, під дією алгоритмічних рекомендацій і крос-платформної рециркуляції «перепакувалося» у глобальний символ романтичної харизми; натомість *cozzie livs* у британському медіаполі перетекло в Австралію і стало там «своїм» ярликом економічної буденності з притаманним демінутивно-гумористичним забарвленням. Алгоритми — «приховані посередники» у цих траєкторіях: вони винагороджують ритм, повтор, схожість і впізнаваність; отже, структурно короткі, фонетично виразні, графічно помітні одиниці мають більші шанси на транслокальність [53].

Усе це має етичні та педагогічні імплікації. Норми шкільної політики, що забороняють сленг, часто мотивуються турботою про «стандартність», але можуть відтворювати стигматизацію локальних і соціальних стилів, особливо там, де сленг індексує етнічні й класові належності (як-от MLE/roadman у Британії). За логікою соціокультурного підходу до ідентичності «заборона коду» дорівнює обмеженню способів самоінсценізації учнів [7]. Педагогічно продуктивнішим є підхід «код-мешингу» та метамовної рефлексії: показувати,

де і як сленгові ресурси доречні, а де — ні; вчити читати індексальні наслідки мовних виборів; пояснювати механізми медіатизації й алгоритмічної видимості. У цифровій грамотності варто включати розбір «формул» і жанрових шаблонів (POV-, #storytime-, «X-core» конструкцій), аби учні усвідомлювали, як вони виробляють і споживають ідентичності у мережі [47].

У прагматичній індексації важливо розвести рівні «хто я», «з ким я» і «де я говорю». За Бухольц і Голл, ідентичність — це ефект множинних тактик інтерсуб'єктивності: «автентифікації/неавтентифікації», «приближення/відсторонення», «вирізнення/узгодження» [7]. Коли британський підліток пише «Allow it, bruv, that's peak», він одночасно автентифікує себе як «свого» щодо roadman-сцени, відмежовується від «формалів» і виконує акт оцінки. В австралійському «Reckon we hit the barbie at arvo?» — «приближення» до побутової компанійської норми через демінутив і скорочення; тут ідентичність будується як «звичайна людина серед своїх». У кожному випадку тонка орфографія (*bruv*, *arvo*), вибір лексеми (*allow it*, *barbie*), ритм і емоції — це тактичні гвинтики, що запускають інтерсуб'єктивний механізм.

Третя хвиля варіаціонізму особливо продуктивна для онлайн-спільнот, бо саме тут «локальне» — це не географія, а повторюваний сценарій практики [8]. Для TikTok «локальністю» буде не район міста, а, скажімо, коло авторів, що знімають «budget hack meals under cozzie livs», де *cozzie livs* у кожному ролику знову «зчитується» як іронічний знак економічного тиску. У британській «локальності» це може бути мікрожанр «rating mandem fits», де *drip/fit* стають одиницями оцінювання статусу та естетичного смаку. Таким чином, варіанти не «прив'язані» до людей як стабільних соціальних типів, а вимальовуються у повторних діях, що мають спільного аудиторного адресата і жанрові звички.

Медіатизація сприяє вернакуляризації не лише мови, а й етики: «правила» взаємодії влітаються у шаблони. Формули «No hate, but...» або «With all due respect...» готують рамку «пом'якшеної критики», і коли після них з'являється «that fit is clapped», удар пом'якшується, хоча оцінка лишається гострою. В австралійському варіанті «No worries if not, mate» — ритуальна формула

одночасно з вітальнісною і відмовною функціями; у caption «No worries if late — arvo traffic got me» це знімає потенційну напругу через культурно «теплий» код. Такі формули є «публічними ресурсами ввічливості», що стають впізнаваними і з часом, як показує Андруцопулос, перетворюються на жанрові конвенції платформи [10].

Ambient affiliation працює і через цитування та репостинг, які Заппавінья трактує як ключ до «масового співпереживання» [11; 67]. Коли користувач бере популярний звук, додає caption «POV: cost-of-living got me like...», а потім вставляє кліп із порожнім холодильником, він не звертається ні до кого конкретно, але створює «поле афіліації», де кожен з подібним досвідом відчуває себе «у клубі». Дослідження залученості на Твіттері фіксують, що саме такі лінгвокультурні «ключі» (хештеги, мемна лексика, форматні конструкції) суттєво підвищують імовірність взаємодії, навіть без явної аргументації чи апеляції [30]. У британському «POV: man's got no drip for prom» і австралійському «POV: barbie plans cancelled, cozzie livs strikes again» — дві логіки однієї техніки: перша — про статус/моду, друга — про побут/економіку; обидві вмикають «спів-сором» або «спів-сміх», що цементує спільність на хвилину.

Глобалізація сленгу не тотожна «уніфікації». За Я. Бломмертом, ресурси, подорожуючи, набувають нових індексальних профілів [53]. *Rizz* у британській стрічці часто прив'язане до roadman/романтичного сценарію, у США — до загальної «харизми», в Австралії — подекуди з іронією щодо «американізації»; *cozzie livs* у Британії має сатиричне забарвлення політичної критики, в Австралії — тепліший, побутово-гумористичний тон. Тож глобальний обіг — це множення значень, а не їх стандартизація; алгоритми лише прискорюють множення, але не диктують єдину інтерпретацію.

У сфері етики постає питання привласнення й стигми. Коли MLE-ресурси стають масовими, не всі контексти їхнього використання однаково «легітимні». М. Бухольц і К. Голл нагадують, що ідентичність вибудовується також через «відчуження» — приписування «іншому» статусу «не-свого» [7]. Використання

roadman-маркера поза спільнотою може виглядати як стилістичний «косплей», прийнятний у гумористичних жанрах, але проблемний у серйозних. Педагогічно це лишає простір для етичної розмови: не таблиця «можна/не можна», а чутливість до індексальних наслідків — «що саме індексує моє слово тут і тепер, для кого воно маркер включення, а для кого — виключення?» [47]. В австралійському випадку загроза стигматизації менша, бо демінутивний репертуар історично нормалізований; однак і тут можливі конфлікти, коли жаргон робітничих професій у корпоративних каналах стає «стилем бренду», — постає питання, чи не «експлуатує» інституція чужий символічний капітал.

Щоб зробити огляд практико-орієнтованим, зафіксуємо коротко типові мікро-кейси з інтерпретацією індексації (у прикладах збережено анонімність і стислий природний формат):

- «Bro, that fit is clapped, allow it 🤪» — експресивна соціальна оцінка в UK-підлітковому дискурсі; індексація урбан-належності (*bro/allow it*), естетичного смаку, іронічного «жорсткого» гумору; емодзі 🤪 підсилює драматизацію (*third-wave* значення статусної гри) [8].

- «Friday arvo barbie — bring the snags, ya legends» — австралійське ритуальне запрошення; індексація горизонтальної солідарності (колективне «ви»), демінутиви як маркери близькості; «legends» формує позитивну оцінну рамку спільноти [75; 11].

- «POV: zero rizz but still pulled» — самоіронія як стратегія зняття сорому; індексація молодіжного «антипафосу»; конструкція *POV* як медіа-вернакуляр (механіка рециркуляції формул) [10].

- «Cozzie livs got me buying home-brand choccies 🍪 #Straya» — культурний гумор як «терапія» економічного тиску; індексація національного лайфстайлу й самоіронії; хештег утворює *ambient affiliation* без прямої адресації [11; 30].

- «Shoutout to the mandem surviving the cost-of-living ting » — поєднання локальної спільноти (*mandem*) і загального макронаративу (*cost-of-living ting*);

емблематизація витривалості (емодзі салюту), що зближує «нас» без відповіді адресата [11; 67].

З огляду на викладене, соціолінгвістична картина сленгу у TikTok/Instagram — це насамперед екологія індексів. Її ядро: тактики інтерсуб'єктивності (ідентичнісна індексація, «ми»-ефекти), жанрові формули (POV-, шорт-капіони, хештеги як рамки афіліації), алгоритмічні посередники (рекомендації як «відбір за формою»), транслокальні траєкторії (мобільність знаків і «перепаківка» значень), а також етична чутливість (від привласнення до педагогіки стилів). Теоретичні рамки М. Бухольц і К. Голл, П. Еккерт, Я. Андруцопулоса, М. Заппавіньї та Я. Бломмерта дають сумісну оптику: від мікроіндексів і локальних практик — до медіа-макропроцесів і глобальної циркуляції. У британо-австралійському порівнянні додатково проявляються національно-культурні «налаштування»: британська MLE/roadman-стилізація із сильним статусним та музичним профілем і австралійська демінутивна «теплота» з гумористичною евфемізацією економіки та політики. Проте обидві моделі сходяться у ключовому — сленг сьогодні є не маргіналією, а базовою інфраструктурою соціального значення в цифровій взаємодії, де кожна коротка форма — це не лише слово, а й соціальний жест.

Практичні наслідки цієї картини окреслюються у трьох вимірах. По-перше, у сфері мовної політики та освіти: заборони, що не враховують індексальності, відтворюють нерівності; натомість навчання з акцентом на метамовну грамотність (розпізнавання жанрових формул, читання індексів, розуміння алгоритмів) зменшує стигму і розширює репертуари учнів [47]. По-друге, у міжкультурній комунікації: тлумачення локальних маркерів (*teal*, *Colesworth*, *tandem*, *rizz*) вимагає «культурного тлумача» — словникових і довідкових ресурсів, які кодифікують, але також контекстуалізують (адже значення множаться на шляху мобільності). По-третє, для подальших досліджень: вимірювати не лише частоти та колокації, а й «індексальну віддачу» — як саме формули, емодзі, звуки й графостилістика спрацьовують як тригери *ambient*

affiliation, які їхні життєві цикли та коли вони переходять межу між «локальним жаргоном» і «глобальним маркером епохи».

Зрештою, головний висновок полягає в тому, що сленг у віртуальному дискурсі — це водночас технологія ідентичності і механіка солідаризації. Його сила — у здатності швидко артикулювати соціальні пози та емоції компактними, формульними, повторюваними засобами; його ризик — у можливості непрозорих індексацій, привласнень і виключень. Баланс між креативністю та відповідальністю забезпечується поінформованістю: розумінням того, як працюють індекси (М. Бухольц & К. Голл), як формується значення у варіації (П. Еккерт), як медіа вернакуляризують і рециркулюють практики (Я. Андруцопулос), як виникає «навколишня» спільність (М. Заппавігна), як знаки подорожують і видозмінюються (Я. Бломмерт), і як ми вбудовуємо ці знання в етичну та педагогічну практику.

Висновки до розділу 3

Проведений у розділі III порівняльний і лінгвокультурний аналіз засвідчив, що британський та австралійський сленг у віртуальному дискурсі TikTok/Instagram 2021–2025 рр. демонструють структурну спорідненість і водночас стійку культурну диференціацію. Спільним є переважання «економної морфології» — кліпінгу, редукцій, блендів, продуктивних демінутивів та варіативних орфографій — як оптимальної відповіді на жанрові обмеження коротких відео, субтитрів і caption-практик. На семантичному рівні обидві підсистеми реалізують прагматизацію значення: метафора й метонімія слугують номінації та миттєвому коментарю до соціальної реальності, зчитуваному через меметичні формули, емодзі, саундтреки та хештеги. Такі параметри, помножені на алгоритмічну логіку платформ, прискорюють дифузію одиниць, підвищують їхню «меметичну валентність» і сприяють крос-платформному переходу, а далі — у загальномовну норму.

Виявлені розбіжності є концептуальними. Британський сегмент стилізований під MLE/roadman із класово-гендерною індексацією, естетикою урбаністичного статусу та зв'язками з музичними жанрами; rizz, drip, mandem, clapped сигналізують соціальну гру престижу. Австралійський сегмент тримається на демінутивній «теплоті» й самоіронії, що пом'якшує економіко-політичні наративи (cozzie livs, Colesworth) і нормалізує побутову солідарність (brekkie, arvo, no worries). Отже, дві моделі реалізують різні культурні «температури» комунікації: британська — статусно-оцінна; австралійська — горизонтально-спільнотна.

Канонізаційні траєкторії також розходяться. Для UK важливою є зв'язка «музика/платформи/медіа» з подальшим потраплянням в Oxford/OED/Collins і включенням до WOTY-дискурсів (rizz, 2023). Для AUS визначальною є оперативна національна кодифікація Macquarie/ANDC (strollout — 2021; teal — 2022; cozzie livs — 2023; Colesworth — 2024), що віддзеркалює зв'язок між платформною меметикою, журналістикою і словниковою. Порівняльна

хронологія 2021–2024 рр. показала синхронізацію глобальних «техно»-тем із локальною соціально-економічною проблематикою.

Теоретичні оптики — соціокультурний підхід до ідентичності (М. Бухольц & К. Голл), «три хвилі» варіаціонізму (Eckert), концепт медіатизації/вернакуляризації (Androutsopoulos) та *ambient affiliation* (М. Заппавігна), а також глобалізаційні траєкторії (Я. Бломмерт) — надали цілісну інтерпретацію механізмів індексації й циркуляції значень та стилістичних індексів.

Емпірично встановлено, що міжсистемна міграція є нормою: британське *cozzie livs* акліматизується в австралійському просторі, тоді як австралійські *brekkie*, *arvo* входять у британські стрічки як економні формули неформальності. Роль алгоритмів — ключова: вони винагороджують короткість, ритмічність і повторюваність, вирівнюючи структурні профілі UK і AUS сленгу, але не нівелюючи культурних різниць. Унаслідок цього виникає транслокальний «сленг-режистр» сучасної англійської.

Практичні наслідки для лексикографії, освіти та міжкультурної комунікації формулюються як орієнтири: у словникових практиках спиратися на жанрові сценарії та індексальні ефекти; у викладанні ELT розрізняти UK/AUS профілі; у міжкультурній взаємодії тлумачити локальні маркери через їхні соціальні конотації й шляхи дифузії. Методологічне застереження стосується життєвих циклів одиниць: платформний пік коротший за інституційну пам'ять, тому доцільно поєднувати словникові статті з моніторингом платформних трендів.

У підсумку, розділ III показав, що британський і австралійський сленги — два порівнянні, але різноспрямовані способи культурної обробки повсякденності в епосі платформ: UK — як «урбаністичний підсилювач» статусних ідентичностей, AUS — як «м'який медіатор» побутової солідарності. Обидва способи виникають на спільному техно-жанровому ґрунті, підтримуються алгоритмами та медіа-вернакулярами й віддзеркалюються у лексикографічних політиках — від глобальних Collins/Cambridge/OED до Macquarie/ANDC.

ВИСНОВКИ

У підсумку проведеного дослідження можна зробити висновок, що британський та австралійський сленг у соціальних мережах TikTok та Instagram протягом 2021–2025 років формують дві тісно пов'язані, але культурно відмінні лінгвістичні системи, які відображають глибинні соціальні процеси, характерні для сучасного цифрового суспільства. Матеріал для аналізу відбирався за чіткими критеріями, які забезпечили валідність і репрезентативність вибірки: використання тематичних і географічних хештегів (#UKslang, #BritishTikTok, #AussieSlang, #AustralianHumour, #GenZUK, #StrayaTalk), публічність контенту, наявність вербальних елементів, актуальність у часових межах 2021–2025 рр., а також мовна ідентифікація автора. Додатковим механізмом контролю служили профільні дані та лексичні маркери автентичності (bruv, cheeky, peng для UK; arvo, brekkie, bogan для AUS). Завдяки цьому було забезпечено точність визначення культурної належності сленгових одиниць та достовірність зіставного аналізу.

Вони поєднують традиційні національні мовні риси з глобальними механізмами медіації, що визначають темп і напрям мовних інновацій. Соціальні платформи стали головним середовищем не лише для поширення, а й для активного творення нових слів, де коротка форма, іронія, вернакулярність та повторюваність забезпечують швидку комунікативну ефективність і водночас виконують соціально-ідентифікаційну функцію.

У британському сегменті сленг виступає своєрідним маркером міської культури, відображаючи поєднання мультикультурної урбаністичної лексики з елементами музичних і субкультурних стилів. Лексеми на кшталт *rizz*, *drip*, *tandem*, *bruv* чи *clapped* є не лише частиною молодіжної мови, а й механізмом самопрезентації, демонстрації статусу, належності до певного соціального прошарку чи спільноти. Вони функціонують як знаки соціального капіталу, стилю та компетентності у культурі коротких медіаформатів. Прагматична функція британського сленгу полягає у тому, що він конструює «урбаністичну

ідентичність» покоління, для якого цифровий простір став головним полем комунікативної гри, а стиль мови — формою культурного самовираження.

Австралійський сленг, навпаки, демонструє іншу лінгвокультурну логіку — його основою є демократизм, іронія та національний колорит, що виявляються через демінутиви та гумористичні скорочення. Такі одиниці, як *brekkie*, *tradie*, *mozzie*, *arvo*, *cozzie livs* або *Colesworth*, відображають «теплий» тип комунікації, зорієнтований на рівність і близькість, у якому мова стає інструментом згуртування, а не ієрархії. В австралійському контексті сленг виконує роль колективного самопредставлення, він не відокремлює, а об'єднує, поєднуючи у собі гумор, побутову самоіронію та відчуття культурної спільності.

Спільним для обох національних варіантів є те, що вони ґрунтуються на процесах морфологічної економії — кліпінгу, редукціях, блендах і метафоричних переосмисленнях, які дозволяють виражати складні соціальні значення у лаконічній формі. Такі мовні процеси зумовлені як особливостями платформи ТікТок (короткі відео, субтитри, алгоритмічна підтримка ритмічних слів), так і прагненням користувачів створювати максимально ефективний комунікативний продукт. Завдяки цьому сленг стає не периферійним явищем, а центральним ресурсом формування ідентичності, соціальної близькості та креативності в цифровому просторі.

Додатково в ході дослідження виокремлено десять тематичних полів британського сленгу (соціальні взаємини, емоційні стани, оцінні характеристики, урбаністичні реалії, гумор та іронія, субкультурні маркери, стиль і зовнішність, повсякденні ситуації, інтернет-комунікація, музично-креативний простір) та десять тематичних полів австралійського сленгу (повсякденний побут, соціальна взаємодія, робоче середовище, національний гумор, зменшувальні форми, природні явища й клімат, гастрономічна лексика, транспорт і пересування, медіакультура, економічні та політичні контексти). Це дозволило систематизувати матеріал та встановити, які концептуальні сфери є домінантними для кожного національного варіанта й наскільки вони

відображають культурні пріоритети британського та австралійського соціумів у цифровому дискурсі.

Важливим результатом порівняння стало виявлення різної соціолінгвістичної спрямованості обох підсистем. Британський сленг тяжіє до індексації субкультурних і статусно-класових ознак, що відображає соціальну стратифікацію і вплив музичних жанрів, тоді як австралійський — до горизонтальної солідарності, де мова стає способом нівелювання соціальних відмінностей і підтвердженням культурної єдності. Британська модель базується на урбаністичному контрасті між формальністю і розмовністю, тоді як австралійська — на побутовій невимушеності й самоіронічному ставленні до власної повсякденності.

Хронологічна перспектива дослідження засвідчила поступовий перехід від постпандемічних лексичних інновацій 2021 року до глобалізованих і технологічно орієнтованих мовних процесів 2023–2025 років. Британський сленг у цей час посилив зв'язок із попкультурними темами та медіаестетикою іронії, тоді як австралійський фокусувався на соціально-економічних і політичних мотивах, відтворюючи їх у формі побутового жарту. Обидва сегменти продемонстрували здатність швидко реагувати на соціальні й медійні зміни, що стало підставою для їхньої кодифікації у національних словниках і потрапляння у щорічні добірки «слів року».

Соціальні мережі виступили каталізатором мовних змін, що забезпечують не лише швидкість поширення, а й легітимацію сленгових одиниць через видимість у медіапросторі. Алгоритми рекомендаційних систем створюють умови для «вірусності» лексем, які відзначаються короткістю, фонетичною виразністю й повторюваністю. Ці характеристики формують універсальний механізм популяризації як британських, так і австралійських одиниць, що сприяє їхній подальшій циркуляції у глобальному англомовному середовищі.

Лінгвокультурні параметри обох варіантів підтверджують, що сучасний сленг став одним із найважливіших засобів конструювання соціальної ідентичності у цифровому просторі. Він відображає не лише мовну творчість, а

й нові способи соціальної взаємодії, де лексика виступає формою культурного капіталу. Ідентичнісна індексація, описана М. Бухольц і К. Голл, та варіаційна модель Еккерт пояснюють, як користувачі створюють через сленг образ себе, співвідносячи його з груповими цінностями, медійними практиками й алгоритмічною культурою.

Таким чином, британський та австралійський сленг у соціальних мережах є двома взаємопов'язаними варіантами єдиного глобального процесу — демократизації англійської мови через цифрові медіа. Вони мають спільні структурні принципи — економію мовлення, ігрову семантику, іронічність та швидку дифузії, — але реалізують різні культурні моделі: британську, що символізує урбаністичну креативність і статусну динаміку, та австралійську, яка втілює побутову солідарність і національний гумор. Отримані результати підтверджують, що сучасний сленг перестає бути маргінальним елементом мови, набуваючи статусу одного з центральних механізмів соціального спілкування, культурної репрезентації та самоідентифікації у віртуальному дискурсі початку 2020-х років.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко С. Лексико-семантичні аспекти молодіжного сленгу в соціальних мережах. *Студентський філологічний вісник*. Вип. 14.
2. Голубовська І. О. Мова соціальних мереж як новітній лінгвістичний феномен. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2015. Вип. 55, ч. 2. С. 49–56.
3. Гороть Є. І. Теоретична й практична лексикологія сучасної англійської мови. Луцьк: Волинський національний університет ім. Лесі Українки. 2011. 340 с.
4. Грабовий П. М. Український молодіжний сленг: сучасна картина світу. Київ: Овтій, 2010. 220 с.
5. Денисюк Л. В., Данілова Н. Р. Англійський молодіжний сленг як засіб самовираження та відображення світогляду тінейджерів. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2014. Вип. 2. С. 205–208.
6. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2016. 201 с.
7. Долгополова О. М. Особливості розвитку англомовного молодіжного сленгу. *Соціально-педагогічні питання освіти та виховання*. Вінниця, 2021. С. 120–123.
8. Дорда В. О. Американський молодіжний сленг як об'єкт вивчення соціолінгвістики. Донецьк : *ДонНУ*. 2012. С. 77–81.
9. Жукова Н. М. Роль британських арготизмів у формуванні австралійського варіанта англійської мови. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2009. Вип. 47. С. 228–232.
10. Зацний Ю. А. Іншомовні запозичення як засоби поповнення інноваційного словникового фонду сучасної англійської мови : монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2000. 379 с.

11. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. Київ, 2014. Вип. 16. С. 61–71.
12. Котлярова А. Австралійська сленгова термінологія: аналіз контенту відео-платформи YouTube. *Brodoway Paul*. 2021. Вип. 54.
13. Миколаєнко Ю. Еволюція молодіжної сленгової лексики під впливом інтернету. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2022. 8 с. (Рекомендовано Вченою радою; протокол № 5 від 30.11.2022).
14. Руденко М. Загальнолінгвістичний аспект вивчення сленгу (50-і рр. XIX ст. - початок XXI ст.). *Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології*. 2018. Вип. 7. С. 8–20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tppsf_2018_7_4 (дата звернення: 13.10.2025)
15. Rudenko M. Yu. Загальнотеоретичне дослідження сленгу в європейському й американському мовознавстві (50-і рр. XX ст. - початок XXI ст.). *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Лінгвістика. 2019. Вип. 35. С. 74–79.
16. Сава О. Сленг австралійського варіанта англійської мови: особливості словотвору. 2014. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/4743/1/sava.pdf> (дата звернення: 13.10.2025).
17. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови. Київ : Критика. 2005. 464 с.
18. ABC News (Australia). Macquarie Dictionary names ‘cozzie livs’ Word of 2023. 28.11.2023. URL: <https://www.abc.net.au/news/2023-11-28/macquarie-dictionary-cozzie-livs-word-of-year-2023/103158364> (дата звернення: 13.10.2025).
19. ABC News (Australia). ‘Colesworth’ named Australia’s word of the year for 2024. 2024. URL: <https://www.abc.net.au/news/2024-11-13/colesworth-named-australia-word-of-the-year-2024/> (дата звернення: 13.10.2025).
20. Akmal S., Ulfah N., Fitria N. Here Comes the Acehnese Gen-Z! Language and Identity in Social Media Communication. *Communication Today*. 2022.

21. Aisyah S. An analysis of slang words used in social media. *JournEEL (Journal of English Education and Literature)*. 2022. 4(2). P. 52–58.
22. Androutsopoulos J. Mediatization and Sociolinguistic Change: Key Concepts. 2014. URL: <https://jannisandroutsopoulos.net/wp-content/uploads/2015/05/androutsopoulos-2014-mediatization-and-sociolinguistic-change-introduction.pdf> (дата звернення: 13.10.2025).
23. Androutsopoulos J. (ed.). Mediatization and Sociolinguistic Change. Berlin ; Boston : De Gruyter, 2014. URL: https://jannisandroutsopoulos.net/wp-content/uploads/2019/12/androutsopoulos-ed-2014-mediatization-and-sociolinguistic-change-3rd-proofs_fin.pdf (дата звернення: 13.10.2025).
24. Australian National Dictionary Centre (ANU). 2021 Word of the Year - strollout. 2021. URL: <https://slll.cass.anu.edu.au/centres/andc/2021-word-year> (дата звернення: 13.10.2025).
25. Australian National Dictionary Centre (ANU). 2022 Word of the Year - teal. 2022. URL: <https://slll.cass.anu.edu.au/centres/andc/2022-word-year> (дата звернення: 13.10.2025).
26. Australian National Dictionary Centre (ANU). 2023 Word of the Year - Matilda. 15.11.2023. URL: <https://slll.cass.anu.edu.au/centres/andc/news/2023-word-year> (дата звернення: 13.10.2025).
27. Australian National Dictionary Centre (ANU). 2024 Word of the Year - Colesworth. 2024. URL: <https://slll.cass.anu.edu.au/centres/andc/news/word-year-2024-colesworth> (дата звернення: 13.10.2025).
28. Baker S. J. The Australian Language: An examination of the English language and English speech as used in Australia, from convict days to the present.... Sydney : Currawong Publishing Co., 1966. 517 p.
29. Beckett R. The New Dinkum Aussie Dictionary. Australia : New Holland Publishers Pty Ltd. 2000. 108 p.
30. Biber D. Register as a Predictor of Linguistic Variation. 2012. URL: https://jan.ucc.nau.edu/biber/Biber/Biber_2012.pdf (дата звернення: 13.10.2025).

31. Biber D., Conrad S. Register, Genre, and Style. - 2nd ed. - Cambridge : Cambridge University Press, 2019. URL: <https://www.cambridge.org/core/books/register-genre-and-style/55217DB70BD87C93FA2BBA70DB4C2575> (дата звернення: 13.10.2025).
32. Blommaert J. Society through the Lens of Language. 2017. URL: https://research.tilburguniversity.nl/files/32303872/TPCS_178_Blommaert.pdf (дата звернення: 13.10.2025).
33. Bucholtz M., Hall K. Identity and Interaction: A Sociocultural Linguistic Approach. *Discourse Studies*. 2005. URL: https://bucholtz.linguistics.ucsb.edu/sites/secure.lsit.ucsb.edu.ling.d7_b/files/sitefiles/research/publications/BucholtzHall2005-DiscourseStudies.pdf (дата звернення: 13.10.2025).
34. Cambridge Dictionary. Word of the Year 2023 - hallucinate. 2023. URL: <https://dictionary.cambridge.org/editorial/word-of-the-year/2023> (дата звернення: 13.10.2025).
35. Cambridge Dictionary Blog. Cambridge Dictionary's Word of the Year 2022. 16.11.2022. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/2022/11/16/cambridge-dictionary-s-word-of-the-year-2022/> (дата звернення: 13.10.2025).
36. Chapman R. L. New Dictionary of American Slang. New York : HarperCollins Publishers, 1986. 485 p.
37. Collins Dictionary. The Collins Word of the Year 2024 is “brat”. 2024. URL: <https://www.collinsdictionary.com/woty> (дата звернення: 13.10.2025).
38. Collins Dictionary Language Blog. The acceleration of AI and other 2023 trends (Collins WOTY 2023 - AI). 01.11.2023. URL: <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/the-acceleration-of-ai-and-other-2023-trends/> (дата звернення: 13.10.2025).
39. Collins Dictionary Language Blog. A year of “permacrisis” (WOTY 2022). 01.11.2022. URL: <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/a-year-of-permacrisis/> (дата звернення: 13.10.2025).

40. Collins Dictionary Blog. Latest Words (curated 2022–2024). 2022–2024. URL: <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/latest-words/> (дата звернення: 13.10.2025).
41. Collins Dictionary Blog. Word of the Year - archive/shortlists (2021–2024). 2021–2024. URL: <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/woty/> (дата звернення: 12.10.2025).
42. Čilić I. Š., Plauc J. I. Today's usage of neologisms in social media communication. *Društvene i humanističke studije*. 2021. 6(1(14)). P. 115–140.
43. Eble C., Hill C. Slang and Sociability: In-group language among college students. New York, 1996. 228 p.
44. Eckert P. Three Waves of Variation Study: The Emergence of Meaning in the Study of Sociolinguistic Variation. 2009/2012. URL: https://www.academia.edu/56303894/Three_Waves_of_Variation_Study_The_Emergence_of_Meaning_in_the_Study_of_Sociolinguistic_Variation (дата звернення: 12.10.2025).
45. Esteron M. A. S. Different language usage on social media. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*. 2021. 7(3). P. 093–104.
46. Flexner S. B. American Slang. Introduction to Dictionary of American Slang. New York, 1967. 414 p.
47. Herring S. C. Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Communities. 2004. URL: <https://homes.luddy.indiana.edu/herring/cmda.pdf> (дата звернення: 13.10.2025).
48. Herring S. C. The Co-Evolution of Computer-Mediated Communication and Computer-Mediated Discourse Analysis. 2013. URL: <https://homes.luddy.indiana.edu/herring/adda.pdf> (дата звернення: 13.10.2025).
49. Ilbury C. The Recontextualisation of Multicultural London English: Styling the 'roadman'. *Language in Society*. 2024. URL: <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/B1D1FCF6EF689FB54ABBA80E8DE722B1/S0047404523000143a.pdf> (дата звернення: 13.10.2025).

50. Ilbury C. Using Social Media to Infer the Diffusion of an Urban Contact Dialect: A Case of MLE Lexis. *Journal of Sociolinguistics*. 2024. URL: https://www.research.ed.ac.uk/files/431154454/Journal_of_Sociolinguistics_-_2024_-_Ilbury_-_Using_social_media_to_infer_the_diffusion_of_an_urban_contact_dialect_A_case.pdf (дата звернення: 13.10.2025).
51. Keidar D., Opedal A., Jin Z., Sachan M. Slangvolution: A causal analysis of semantic change and frequency dynamics in slang. *arXiv preprint arXiv:2203.04651*. 2022.
52. Khasawneh M. A. S., Khasawneh A. J., Turkey Alshaikhi D., Jadallah Abed Khasawneh Y. Social Media Language Patterns in Jordan: A Data-Driven Study of Regional Dialects. *Migration Letters*. 2024. 21(S2). P. 461–468.
53. Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. - 4th ed. - Thousand Oaks : SAGE, 2022. URL: <https://methods.sagepub.com/book/mono/content-analysis-4e/toc> (дата звернення: 13.10.2025).
54. Laugsen A. Convict Words: Language in Early Colonial Australia. Oxford : *Oxford University Press*. 2002. 208 p.
55. Lighter J. E. Introduction. Random House Historical Dictionary of American Slang. New York : *Random House*, 1994. Vol. 1. P. 6–39.
56. Mahardika F. The impact of social media on the use of English slang. *TEFLA Journal (Teaching English as Foreign Language and Applied Linguistics Journal)*. 2024. 6(1). P. 23–29.
57. McKelvey K., et al. Visualizing Communication on Social Media. 2012. URL: <https://arxiv.org/abs/1202.1367> (дата звернення: 13.10.2025).
58. Natsir N., Aliah N., Zulkhaeriyah Z., Amiruddin A., Esmianti F. The impact of language changes caused by technology and social media. *Language Literacy: Journal of Linguistics, Literature, and Language Teaching*. 2023. 7(1). P. 115–124.

59. Nuri A. The Impact of Social Networks on Language Learning: A Comprehensive Analysis. *EuroGlobal Journal of Linguistics and Language Education*. 2024. 1(2). P. 65–71.

60. Oxford English Dictionary. December 2023 Update. 2023. URL: <https://www.oed.com/information/updates/december-2023/> (дата звернення: 13.10.2025).

61. Oxford English Dictionary. September 2023 New Word Entries. 2023. URL: <https://www.oed.com/information/updates/september-2023/new-word-entries/> (дата звернення: 13.10.2025).

62. OED. The rise and rise of slang. 2023. URL: <https://www.oed.com/discover/the-rise-and-rise-of-slang/> (дата звернення: 13.10.2025).

63. OED. So, it's the OED update, obv's. 2023. URL: <https://www.oed.com/discover/so-its-the-oed-update-obvs/> (дата звернення: 13.10.2025).

64. OED Updates. Psyche your mind, it's the latest OED update. 2023. URL: <https://www.oed.com/discover/oed-december-2023-update/> (дата звернення: 13.10.2025).

65. Oxford Languages. Oxford Word of the Year 2023: rizz. 2023. URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2023/> (дата звернення: 13.10.2025).

66. Oxford Research Encyclopedia of Linguistics. Language of Social Media and Online Communication. 2024. URL: <https://oxfordre.com/linguistics/display/10.1093/acrefore/9780199384655.001.0001/acrefore-9780199384655-e-1039> (дата звернення: 13.10.2025).

67. Saldaña J. The Coding Manual for Qualitative Researchers. 4th ed. London : SAGE, 2021. URL: <https://www.ajqr.org/download/the-coding-manual-for-qualitative-researchers-12085.pdf> (дата звернення: 13.10.2025).

68. Sava O. O. Slang of Australian variant of English: specific features of its word-formation. *Типологія та функції мовних одиниць*. 2014. № 2. С. 248–255.

69. Silalahi E. B., Silalahi N. Linguistics Realization Analysis on Slang Word; Social Media Whatsapp. *JETAL: Journal of English Teaching & Applied Linguistic*. 2023. 5(1). P. 8–13.
70. Suganya P. R. Shaping Language in the Digital Age: The Impact of Social Media on Modern Linguistic Practices. 2025.
71. Tagg C. Exploring Digital Communication: Language in Action. London: Routledge. 2015. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315727165/exploring-digital-communication-caroline-tagg> (дата звернення: 13.10.2025).
72. The Guardian. Bait, ting, certi: how UK rap changed the language of the nation. 09.04.2024. URL: <https://www.theguardian.com/music/2024/apr/09/bait-ting-certi-how-uk-rap-changed-the-language-of-the-nation> (дата звернення: 13.10.2025).
73. Thorne T. SLANG NOW - the Language of UK Youth in 2021. 2021. URL: <https://language-and-innovation.com/2021/10/01/slang-now-the-language-of-uk-youth-in-2021/> (дата звернення: 13.10.2025).
74. Tovares A. V. Creating ambient affiliation through involvement strategies on Twitter. 2020. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695820300131> (дата звернення: 13.10.2025).
75. Turner G. W. English in Australia. *Burchfield R. (ed.). The Cambridge History of the English Language : in 5 vols*. Cambridge : Cambridge University Press, 1994. Vol. 5: English in Britain and Overseas: Origins and Development. P. 277–327.
76. Zappavigna M. Discourse of Twitter and Social Media. — London : Bloomsbury, 2012. URL: <https://www.bloomsbury.com/us/discourse-of-twitter-and-social-media-9781441123039/> (дата звернення: 13.10.2025).
77. Zappavigna M. Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter. *New Media & Society*. 2011. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444810385097> (дата звернення: 13.10.2025).

78. Zappavigna M. Social media quotation practices and ambient affiliation. *Journal of Pragmatics*. 2022. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216621004045> (дата звернення: 14.10.2025).
79. Agricola E., Fleischer W., Protze H. Die deutsche Sprache. Kleine Enzyklopädie in zwei Bänden. Leipzig, 1969. Bd. 1. S. 320.
80. Lučić R. Kako briju brijači. Jezik u društvenij interakciji. Zagreb–Rijeka, 2005. S. 285–291.

ДОДАТКИ

Додаток А

Глосарій ключових термінів дослідження

Slang (сленг) – некодифікована, динамічна лексика, властива певним соціальним або віковим групам; використовується для вираження групової ідентичності та емоційності мовлення.

Youth slang (молодіжний сленг) – різновид сленгу, характерний для підлітків та молоді; відзначається інноваційністю, експресивністю та швидкою зміною.

Internet slang (інтернет-сленг) – сленгові одиниці, що виникають у цифровому середовищі та поширюються через онлайн-платформи, соціальні мережі або месенджери.

Viral phrase (вірусна фраза) – вислів або сленг, який швидко набуває популярності у соціальних мережах і масово відтворюється користувачами.

Meme (мем) – культурна одиниця (текстова, візуальна чи вербальна), що функціонує у соціальних мережах і передається шляхом наслідування; може включати сленгові вислови.

Discourse marker (дискурсивний маркер) – слово або вираз, що структурує мовлення, сигналізує про ставлення мовця, перехід між частинами висловлювання або прагматичний намір.

Pragmatic function (прагматична функція) – комунікативна роль мовної одиниці: вираження емоцій, оцінки, іронії, дистанціювання, солідаризації тощо.

Computer-Mediated Discourse (комп'ютерно-опосередкований дискурс) – мовна взаємодія, що відбувається у цифровому середовищі (соціальні мережі, месенджери, онлайн-платформи).

Semantic shift (семантичний зсув) – зміна значення слова внаслідок соціальних, культурних або технологічних впливів.

Indexicality (індексаційність) – здатність мовної одиниці вказувати на соціальну приналежність, стиль комунікації або групову ідентичність мовця.

Hybrid slang (гібридний сленг) – сленг, що поєднує елементи різних мов, діалектів або цифрових жанрів; характерний для онлайн-дискурсу.

Polycentricity (поліцентричність) – наявність кількох центрів формування сленгових одиниць (напр., різні країни або регіони англомовного простору).

Intergenre mobility (міжжанрова мобільність) – здатність сленгових одиниць переміщуватися між різними жанрами цифрового дискурсу (відео, меми, коментарі, підписи).

Cultural indicator (лінгвокультурний індикатор) – мовна одиниця або особливість, що відображає культурні, соціальні або історичні аспекти спільноти.

Digital context (цифровий контекст) – середовище онлайн-комунікації, що визначає спосіб вживання сленгу та його функцію.

Expressivity (експресивність) – здатність сленгових одиниць передавати емоції, ставлення або соціальну позицію мовця.

Lexical innovation (лексична інновація) – утворення нових сленгових одиниць, модифікацій або нестандартних значень слів у сучасному дискурсі.

Social positioning (соціальне позиціонування) – використання сленгу як засобу демонстрації своєї приналежності до певної групи або комунікативної ролі в цифровому середовищі.