

ЛІТЕРАТУРА:

1. Meissner F., Wilke A. J., Puikytė M. How is cybersecurity discussed across media channels? Exploratory analyses of Twitter content and news reporting. *Journal of Risk Research*. 2025. P. 855–875. URL: <https://doi.org/10.1080/13669877.2025.2553079> (date of access: 11.04.2026).
2. Sabottke C., Suci O., Dumitraș T. Vulnerability Disclosure in the Age of Social Media: Exploiting Twitter for Predicting Real-World Exploits. *Proceedings of the 24th USENIX Security Symposium*. 2015. P. 881–896. URL: <https://www.usenix.org/system/files/conference/usenixsecurity15/sec15-paper-sabottke.pdf>.
3. Ushchyna V. From stance to identity: Stancetaking in contemporary English risk discourse. *Cognition, Communication, Discourse*. 2020. Vol. 20. P. 73–91. URL: <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2020-20-05>.
4. Zappavigna M. *Discourse of Twitter and Social Media*. London: Bloomsbury, 2012. 240 p.

Голованич Анна

*здобувач першого рівня вищої освіти,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Науковий керівник: Єфремова Н. В.,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри практики англійської мови*

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ ПОКОЛІННЯ Z ЯК ЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Сучасний етап розвитку мовознавства характеризується зростанням інтересу до дослідження неформальних різновидів нелітературного, розмовного мовлення, що використовуються окремими соціальними групами для самоідентифікації та самопрезентації, зокрема сленгу, який відображає поступові зміни у мовній системі. Особливого значення набуває вивчення сленгу покоління Z, оскільки саме це покоління було першим, яке повністю зросло в умовах цифрового середовища, де комунікація здійснюється переважно через соціальні мережі.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що сленг покоління Z є соціокультурним феноменом, який відображає нові форми ідентичності, способи самовираження та комунікативні стратегії молоді. Зокрема, сучасні дослідження показують, що сленг активно формується та поширюється у цифровому просторі, де він виконує функцію маркера групової належності та засобу неформальної взаємодії [4, с. 2].

Розвиток соціальних мереж сприяє інтенсивному виникненню нових мовних одиниць, які характеризуються креативністю, скороченням та семантичними трансформаціями. Як зазначають дослідники, покоління Z активно використовує сленг для вираження емоцій, встановлення контакту та створення невимушеної атмосфери спілкування [2, с. 11].

За тлумачним словником української мови, сленг (slang із норв. Sleng – лаятися) – жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення [5].

Соціальні мережі (особливо такі платформи як: INSTAGRAM, TikTok) стають основним середовищем комунікації, де швидко виникають та поширюються нові сленгові мовленнєві одиниці [2, с. 11].

На думку дослідників, сленг виконує такі функції: звертання, приниження, початок невимушеної розмови, створення інтимної атмосфери, [1]. З лінгвістичного погляду сленг можна охарактеризувати різноманітним словотворчим процесів: скороченнями, акронімами, семантичним переосмисленням, мовною грою.

Виокремлюють 5 типів сленгу: акронімічний, імітаційний, легковажний, усічений, свіжий і креативний.

Акронімічний тип (*Acronym*) утримує лідерство серед типів сленгу. Така популярність зумовлена феноменом «економії мовних зусиль». Акроніми трансформують словосполучення у короткі буквені коди, які з часом починають функціонувати, як повноцінні слова [4, с. 3]. Наприклад, вираз «*BTW*» (*by the way*) став універсальним маркером зміни теми розмови, витісняючи повну форму в неформальному письмі.

Імітаційний тип (*Imitative*). Науковці вважають, що цей тип сленгу посідає друге місце за частотністю. Специфіка цього типу полягає у творчій переробці стандартних одиниць англійської мови (*Standard English*). Молодь покоління Z не просто використовує готові слова, а імітує живу вимову або поєднує лексеми у нетипові конструкції, створюючи ефект «мовної гри» [4, с. 3]. Наприклад, «*lemme*» (*let me*) ілюструє тенденцію до фонетичного спрощення та наближення писемного тексту до розмовного стилю.

Легковажний тип (*Flippant*) демонструє найвищий рівень метафоричності. Головна його особливість – розрив між прямим (денотативним) значенням слова та його сленговим значенням. Науковці зауважили, що для людей, які не є носіями мови, цей тип є найскладнішим, оскільки потребує розуміння глибокого контексту [4, с. 3]. Наприклад, фраза «*No cap*» є яскравим індикатором щирості співрозмовника, де слово *cap* (кепка) виступає лише як фонетична оболонка для нового значення «брехня».

Використання усіченого типу (*Clipping*) є свідомою стратегією стиснення інформації. Відсікаючи частини слова, молодь створює лаконічні маркери, які миттєво зчитуються аудиторією. Це відображає кліповий характер мислення сучасних підлітків. Наприклад, скорочення «*sus*» (*suspicious*) або «*delulu*» (*delusional*) настільки органічно увійшли в активне користування, що їхні повні форми в молодіжних чатах сприймаються як занадто формальні або архаїчні.

Свіжий і креативний тип (*Fresh and Creative*). На думку дослідників, цей тип є найбільш динамічним індикатором змін у мові. Він базується на абсолютній лексичній інновації, часто породженій віральними трендами *TikTok*.

Це свідчить про те, що покоління Z не лише споживає контент, а й виступає активним творцем нових лінгвістичних одиниць. Наприклад, лексичні одиниці «*glow up*» або «*slay*» стали символами успіху та впевненості, які вже виходять за межі сленгу та починають фіксуватися сучасними словниками як неологізми.

Отже, що сленг покоління Z є унікальним лінгвістичним феноменом, який сформувався під впливом цифрового середовища та соціальних мереж. Він виконує не лише комунікативну функцію, а й слугує засобом самоідентифікації та вираження емоційної близькості в молодіжних групах. Сленг покоління Z демонструє надзвичайну динамічність. Це явище відображає актуальні тенденції розвитку сучасної англійської мови та особливості мовної поведінки молоді. Поступова фіксація цих одиниць у словниках підтверджує їхню трансформацію з вузького сленгу в загальновживані неологізми.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Allan K., Burridge K. *Forbidden Words: Taboo and the Censoring of Language*. Cambridge : Cambridge University Press, 2006. 303 p.
2. Jeresano E. M., Carretero M. D. Digital Culture and Social Media Slang of Gen Z. «United International Journal for Research & Technology (UIJRT)». 2022. Vol. 3, Iss. 4. P. 11-25. URL: <https://uijrt.com/articles/v3/i4/UIJRTV3I40002.pdf>
3. Gen Y vs Gen Z: Generational Differences in English Slang Types and Perceived Use of Slang on Social Media / N. A. Mohammed та ін. «International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)». 2025. Vol. 9, Iss. 22. P. 230-243.
4. Yusuf Y. Q., Fata I. A., Aini R. “GOTCHUU!”: The Use of Slang in Social Media by Generation Z. «LiNGUA: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra». 2022. Vol. 17, Iss. 2. URL: <https://doi.org/10.18860/ling.v17i2.17756>
5. Сленг // Словник.ua : портал української мови та культури. URL: <https://slovnyk.ua/index.php?sword=сленг>

Денисюк Меліса

здобувач першого рівня вищої освіти,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Науковий керівник: Василенко О.В.,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри практики англійської мови

REGIONAL VARIETIES OF ENGLISH IN THE UNITED KINGDOM

The English language in the United Kingdom is characterised by a wide range of regional varieties, which include both accents and dialects. An accent refers to differences in pronunciation, while a dialect includes differences in grammar, vocabulary, and pronunciation. These varieties developed over many centuries due to historical events and social changes. Today, the study of regional varieties remains relevant because they influence communication, education, and social perception. While accents are an important part of cultural identity, they can also lead to social