

УДК 81'373:796.5

DOI <https://doi.org/10.32447/2663-340X-2020-8.2>

СЛЕНГІЗМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЯВИЩ COVID-19 В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ ДИСКУРСІ

Бабелюк Оксана Андріївна

доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри іноземних мов та перекладознавства
Львівського державного університету безпеки життєдіяльності
вул. Клепарівська, 35, Львів, Україна

Лах Діана Романівна

студентка VI курсу
Львівського державного університету безпеки життєдіяльності
вул. Клепарівська, 35, Львів, Україна

Коляса Олена Василівна

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри германських мов і перекладознавства
Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка
вул. Івана Франка, 24, Дрогобич, Львівська область, Україна

Статтю присвячено дослідженню структурно-семантичних особливостей сленгізмів на позначення явищ COVID-19 в сучасному англomовному Інтернет дискурсі. Ключовим для дослідження є положення про те, що Інтернет як соціокультурне явище породив не лише потужне динамічне віртуальне комунікативне середовище, але й став об'єктом численних наукових розвідок в рамках нового лінгвістичного напрямку – Інтернет-лінгвістики. У статті також йдеться про ключові ознаки Інтернет-дискурсу, серед яких виділено: 1) електронний сигнал як канал спілкування; 2) віртуальність; 3) дистантність, тобто віддаленість у просторі і часі; 4) опосередкованість технічними засобами; 5) високий ступінь проникності, оскільки слухачем, співучасником або учасником Інтернет-дискурсу може стати будь-яка людина; 6) наявність гіпертексту; 7) креолізованість; 8) статусну рівноправність учасників; 9) передачу емоцій, міміки, почуттів за допомогою «смайликів»; 10) комбінацію різних типів дискурсу; 11) специфічну етику. Доведено, що під час пандемії COVID-19 дискурсивні параметри англomовної віртуальної комунікації такі як канал зв'язку, комунікативна мета, тип комунікантів, хронотоп, жанрова організація дискурсу, мовне втілення, вербальна складова зазнали суттєвої трансформації. Вони втрапили свої чіткі рамки і стали амбівалентними. Стильовою домінантою Інтернет комунікації вважаємо сленгізми, сукупність особливих слів, або нових значень вже існуючих слів, що вживаються різними соціальними групами людей (професійними, громадськими, віковими) для емоційного позначення нових суспільних явищ. За своєю структурою аналізовані сленгізми це складні слова, утворені злиттям двох основ або скороченням двох основ. Вони зазвичай позначають суспільні явища безпосередньо пов'язані з пандемією, новоутворені соціальні групи людей відповідно до їхньої поведінки під час COVID-19, або загальним ставленням до пандемії, особливі предмети чи психологічні стани, які виникли під час COVID-19.

Ключові слова: сленгізми, COVID-19, Інтернет дискурс, дискурсивні параметри.

Постановка проблеми в загальному вигляді та обґрунтування її актуальності.

Інтернет як соціокультурне явище [2; 3; 7; 11] породив не лише потужне динамічне віртуальне комунікативне середовище, але й став об'єктом численних наукових розвідок в рамках нового лінгвістичного напрямку – Інтернет-лінгвістики.

Вербальна складова Інтернет комунікації є надзвичайно важливою у сучасному віртуальному просторі. У період всесвітньої пандемії COVID-19 різного роду неологізми на позначення цього явища [1, 7] стали невід'ємною

частиною Інтернет мовлення сьогодення. До прикладу, за час карантину багато хто з нас навчився прощатися словами «бережіть себе та близьких», "stay home", "stay local", "staysafe", поступово випрацювалися відповідні правила поведінки саме у віртуальному просторі. Вони передбачають ощадливе ставлення до особистої свободи комунікантів, регулювання обсягу інформації, що передається, та її сортування за потребами, зменшення комунікативного шуму, чи інформаційного трешу (надмірної кількості у текстах буквених, образно-зорових та образно-

слухових компонентів (картинки, аудіо- та відеовставки).

Проте відмітною ознакою вербальної складової Інтернет комунікації у межах сучасного англомовного Інтернет дискурсу все ще залишаються нелітературні слова (професіоналізми, жаргонізми, вульгаризми, евфемізми, сленгізми), які вживаються незалежно від сфери комунікації, адже слугують базою для модного молодіжного спілкування серед найрізноманітніших соціальних прошарків суспільства, представників різних культур та національностей. Ось чому **актуальним** вважаємо комплексне вивчення стилістично забарвленої лексики (і сленгізмів у тому числі) в англомовному Інтернет дискурсі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасних лінгвістичних студіях існують ґрунтовні дослідження присвячені окремим жанрам Інтернет-дискурсу: форумам (Н. Г. Лукашенко), комп'ютерним конференціям (О. М. Галичкіна), Інтернет-новинам (Н. В. Коломієць), блогам (Т. М. Гермашова, К. В. Лазуткіна). У царині Інтернет лінгвістики визначено лінгвокультурну та гендерну специфіку [6] Інтернет-дискурсу, концептуально осмислено такі засадничі поняття Інтернет-комунікації, як гіпертекст [8]. Однак, серед проблем, пов'язаних з Інтернет-дискурсом, уваги також заслуговують не тільки питання його структури, характерних рис та дискурсивних параметрів, але й вербальні засоби, зокрема і сленгізми, які постійно виникають у віртуальному просторі для емоційного забарвлення нових суспільних явищ.

Метою дослідження є виявлення та опис структурно-семантичних особливостей сленгізмів на позначення явищ COVID-19 в сучасному англомовному Інтернет дискурсі. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: уточнити поняття «Інтернет дискурс» та виявити його ключові ознаки; схарактеризувати дискурсивні параметри англомовної віртуальної комунікації під час пандемії COVID-19; виявити структурно-семантичні особливості сленгізмів на позначення явищ COVID-19 в сучасному англомовному Інтернет дискурсі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Інтернет-дискурсу як виду комунікації притаманні особливі ознаки, що вирізняють його з поміж усіх інших видів дискурсу. До таких ключових ознак, слідом за О. М. Галичкіною [3], відносимо: 1) електронний сигнал як канал спілкування; 2) віртуальність; 3) дистантність, тобто віддаленість у просторі і часі; 4) опосередкованість технічними засобами; 5) високий ступінь проникності, оскільки слухачем, співучас-

ником або учасником Інтернет-дискурсу може стати будь-яка людина; 6) наявність гіпертексту; 7) креолізованість; 8) статусну рівноправність учасників; 9) передачу емоцій, міміки, почуттів за допомогою «смайликів»; 10) комбінацію різних типів дискурсу; 11) специфічну етику.

Серед дискурсивних параметрів Інтернет дискурсу зазвичай виділяють: канал зв'язку, комунікативну мету, тип комунікантів, хронотоп, жанрову організацію дискурсу, дискурсивну картину світу та мовне втілення [4, 17; 2; 5]. Проте під час карантину ці параметри, на наш погляд, зазнали суттєвої трансформації, втратили свої чіткі рамки і стали амбівалентними.

До комунікативної мети зазвичай відносять пошук, передачу, обговорення та зберігання інформації, а також спілкування та розваги [4, 18; 8; 9]. Саме під час карантину люди зрозуміли, що у світі вже наступила ера тотальної диджиталізації, яка суттєво змінила не тільки усталені життєві принципи та закони світової економіки, але й стиль повсякденного буття загалом. Це, насамперед, зумовило суттєве збільшення часу, проведеного у віртуальному комунікативному середовищі. А тому для багатьох учасників Інтернет комунікації комунікативні цілі стали життєво необхідними, втративши своє чітке прагматичне призначення. Усі вони ніби злилися в одну – відтворення природнього людського спілкування в рамках віртуального простору. Так робота стала визначатися не місцем локації, а робочим часом, оскільки перейшла у віртуальний домашній простір (*work from home*). Людям, які через пандемію втратили робочі місця, доводиться активно боротися за нове місце праці саме у віртуальному середовищі. У свою чергу, перед роботодавцями постало питання вибору не просто між професіоналами та непрофесіоналами, а працівниками високої кваліфікації з високими м'якими навичками (*soft skills*): вмінням вислухати, емоційно позитивно налаштуватися на розмову з віртуальним співрозмовником, розв'язувати конфлікти. Як стверджують психологи, більшість людей гостро переживає нестачу природнього спілкування під час вимушеної ізоляції, а тому вони боляче реагують на найменший, з їхнього погляду, «прояв нетурботи».

Загальновідомим є той факт, що спілкування в Інтернет-дискурсі стирає соціальні, гендерні, вікові та інші ознаки [6; 9], а тому комуніканти є статусно рівноправними і абсолютно вільними у створенні свого, часом цілком далекого від реального, віртуального образу. Така необмежена свобода «творення самого себе» іноді призводить до значних зловживань увагою та

довірою комунікантів, дає сприятливий ґрунт для реалізації найпотаємніших бажань, які часто мають форму значних ментальних відхилень, а сам створений образ віртуального співрозмовника набуває квазіреальної природи. Так виникають різного роду кібератаки та інші проблеми, які покликана розв'язувати кіберполіція.

Що стосується хронотопу, то Л. М. Гриценко наголошує на тому, що він теж амбівалентний за своєю природою [4, 19], оскільки комуніканти можуть перебувати одночасно у кількох локально-часових позиціях: віртуальній, умовній і реальній, межі між якими є розмитими і невизначеними.

Під мовним втіленням Інтернет дискурсу зазвичай розуміють інтеграцію в його межах усного і писемного мовлення [4, 20]. Сьогодні тут спостерігаємо стирання меж між цими двома формами і як наслідок виникнення нової гібридної форми мовної взаємодії – усно-писемної. Важливим параметром такої нової форми є вербальна складова, під якою маємо на увазі мовні та мовностилістичні засоби її актуалізації в рамках віртуальної комунікації. Сильовою домінантою Інтернет комунікації вважаємо сленг (від англ. *S (special), -lang (language)*), сукупність особливих слів, або нових значень вже існуючих слів, що вживаються різними соціальними групами людей (професійними, громадськими, віковими) для емоційного позначення нових суспільних явищ. Розглянемо детальніше структурно-семантичні особливості сленгізмів в англомовному Інтернет дискурсі.

Пандемія COVID-19 змусила більшу частину населення залишитися вдома на суворому карантині і зануритися у соціальні мережі як єдине достовірне джерело інформації про епідеміологічну ситуацію у світі [1, 5]. Багато користувачів засиджуються допізна, гортаючи нескінченні стрічки новин, намагаючись з'ясувати, наскільки погано йдуть справи в різних країнах. Така деструктивна поведінка не найкращим чином впливає на зір, не кажучи вже про психічне здоров'я людини. Тим часом, в англомовному Інтернет дискурсі вже з'явилося спеціальне складне слово, неологізм, на позначення такої поведінки **doomscrolling** (від слів англ. *doom – смерть* та *scrolling – гортати*): “Dude! Stop **doomscrolling**, It's only going to make you feel worse! I can't! The dopamine loop is too strong!” (6). До слова, газета *Los Angeles Times* описала думскроллінг як довготривале читання негативних новин. Сленг вже активно використовують користувачі соціальних мереж. Так, наприклад, репортерка *Quartz* Карен Хо періодично нагадує самій собі в *Twitter*, що пора відволіктися від думскроллінгу і піти спати,

щоб продовжити читання завтра: “*you can keep doomscrolling tomorrow*” (1).

У зв'язку з необхідністю працювати вдома (*Work from home*) зросла популярність додатку ZOOM, що дозволяє влаштувати відеоконференції з великою кількістю учасників. Разом з тим, значний попит на ZOOM привернув велику кількість зловмисників, які спеціально підключаються до чужих конференцій, які не захищені паролями, і демонструють в ефірі неприйнятний контент, що містить в собі насильство або порнографію. Такий вид пранку стали називати складним словом **zoombombing** (від англ. *Zoom – програма для відеозв'язку* та *bombing – бомбардування, атака*). Варто зазначити, що зумбомбінг може відбуватися і в інших додатках для відеозв'язку: “#Zoom has a #google problem. Their stock is up 600%. They have a troll problem. #zoombombing is becoming increasingly popular and has turned into a trend. <https://t.co/nVoieTjS2I> [pic.twitter.com/xdczUAieG6](https://t.co/nVoieTjS2I)” (1).

Порожні вулиці та тимчасово закриті кафе та ресторани, бізнес-центри надають багатьом містам спустошений вигляд та відчуття перебування в апокаліптичному фільмі. **Coronapocalypse** (від англ. *corona – скорочення від covid (COronaVirus Disease) – коронавірусна хвороба* та *apocalypse – апокаліпсис*), це слово-сленг із власним хештегом у Twitter, яким ви можете описати вигляд безлюдної Таймс-сквер або продуктового магазину з порожніми полицями: “As the #coronapocalypse restrictions ramp up again, I'm reminded of the lockdown tactics our #Hr and #Comms communities used to counter the impact of lockdown. We had the world tour of holiday photos. We also had the inspiring art thread. Well, this time.....I” (14). Крім того, сленгізм **iso**, –це скорочення від *isolatio – ізоляція*. Існують цікаві деривації цього слова, включаючи **isobar**, що позначає холодильник, повний пива, та **isodesk**, що означає домашній офіс.

На початку пандемії COVID-19, багато молодих людей вірили, що хвороботворний вірус впливає лише на людей старшого покоління, тому з'явився сленг **boomer remover** (від англ. *Boomer – післявоєнне покоління* та *remover – розчинник*), що буквально означає «винищення покоління дітей війни»: “Taking off on Reddit and infiltrating social media, “**boomer remover**” has become a coronavirus catchphrase among younger generations, reported Hannah Sparks for *The New York Post*” (5). Сьогодні стало цілком зрозуміло, що це неправда, оскільки усі вікові категорії ризикують підхопити цей вірус.

Одним з досить популярних сьогодні сленгізмів вважаємо скорочення **covidiot** (від англ.

covid (COronaVirus Disease) – коронавірусна хвороба та *idiot* – недоумок). Цим сленгом позначають людей, які недооцінюють небезпеку COVID-19, ігноруючи вимоги самоізоляції і соціальної дистанції [1, 9]. Цікаво, що антонімом до *covidiot* є *covidient*, від англ. *covid* та *obedient* – людина, яка старанно дотримується усіх норм і правил, щоб захистити себе та своїх близьких від коронавірусу: “*Thanks to numerous covidients, the curfew was successful*” (8). До слова, інший сленгізм *flu bros*, позначає людей, які применшують ступінь важкості коронавірусу, порівнюючи його із звичайним грипом: “*A wave of just-the-flu-bros has crested over society, arguing the virus is “mild”*” (15).

Крім того, у соціальних мережах можна зустріти складне новоутворення *coronials*. Так, за аналогією з *millenials* (мілленіалами), в англомовному Інтернет дискурсі називають покоління дітей, які були зачаті під час пандемії: “*Nah, bruh, I ain't part of the Coronials, I'm a millenial, now shut the f*** up and check my new TikTok*” (7).

Тривале вимушене перебування вдома зі своєю сім'єю багатьма людьми було сприйнято позитивно, так як у них нарешті з'явився вільний час, щоб провести його зі своєю родиною. Проте, не всі витримали таке випробування. Залишившись наодинці у замкнутому просторі, пари зіткнулися з взаємно неприйняттям, незрозумінням, а згодом дійшли висновку, що їм буде краще розлучитися. Для тих, хто зважився розлучитися під час пандемії, був придуманий сленгізм *covidivorce* (від англ. *covid (COronaVirus Disease)* – коронавірусна хвороба та *divorce* – розлучення), що позначає розлучення зумовлене неможливістю бути разом у замкнутому просторі: “*Cheryl also offers up tips on how to relieve some of the strain on your relationship and if you have made the unfortunate decision to split, how to prepare yourself for COVIDivorce*” (10).

Ще один сленгізм *coronacut* (від англ. *corona* – скорочення від *covid (COronaVirus Disease)* – коронавірусна хвороба та *cut* – обрізати, стригти) – бажання або акт стрижки власного волосся через закриття перукарні або прийняття ролі перукаря для членів своєї сім'ї протягом цього часу. Як варіант, це можна назвати й іншим сленгізмом *quarcut* (від англ. *quarantine* – карантин та *cut* – обрізати, стригти), тобто стрижкою, зробленою під час карантину. “*Bob: Yo! What's up with your hair? Looks like you got in a fight with clippers and lost.*”

Rob: Nah! It's the damn 'Rona. HAD to give myself a Coronacut” (12).

Термін *quarantine* має доволі негативні конотації, а тому на його противагу покоління Z (в основному підлітки) придумало сленгізм *corn teen*. Він утворений за допомогою мовної гри (ігрового поєднання складного слова (*corn* (кукурудза) + *teen* (нідліток) та різних прийменників, а тому сприймається цілком позитивно: “*Wow, They Making Us Self Cornteen*”; “*I may not be making babies during this corn teen but by god I'm thinkin about it*”; “*I've been drunk almost everyday of corn and teen*”; “*Really regret not getting my eyebrows done before corn of teen*”; “*What y'all doing for the corn in teen?*” (13). Важливо зазначити, що цей сленгізм має те ж саме значення, що і *quarantine*, проте він не викликає неприємних емоцій під час написання чи мовлення, особливо якщо використовувати смайли у вигляді кукурудзи «🌽». Цікаво зазначити, що відомий сервіс **Dictionary.com** виділяє це слово як орфографічну помилку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, структура Інтернет дискурсу зумовлена його жанровою специфікою та вирізняється гетерогенністю. Під час пандемії COVID-19 дискурсивні параметри англомовної віртуальної комунікації такі як канал зв'язку, комунікативна мета, тип комунікантів, хронотоп, жанрова організація дискурсу, мовне втілення, вербальна складова зазнали суттєвої трансформації. Вони втратили свої чіткі рамки і стали амбівалентними. Стильовою доміантою Інтернет комунікації вважаємо сленгізми, сукупність особливих слів, або нових значень вже існуючих слів, що вживаються різними соціальними групами людей (професійними, громадськими, віковими) для емоційного позначення нових суспільних явищ. За своєю структурою аналізовані сленгізми це складні слова, утворені злиттям двох основ або скороченням двох основ. Вони зазвичай позначають суспільні явища безпосередньо пов'язані з пандемією, новоутворені соціальні групи людей відповідно до їхньої поведінки під час COVID-19, або загальним ставленням до пандемії, особливі предмети чи психологічні стани, які виникли під час COVID-19. Перспективою подальших досліджень може стати структурно-семантична класифікація новотворів на позначення явищ COVID-19 в інших видах англомовного дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабелюк О.А. Способи творення неологізмів на позначення явищ COVID-19 в англомовному епідеміологічному дискурсі. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*: Збірник наукових праць. № 7. Львів, 2020. С. 3-15.

2. Вжещ Я. Л. Интернет-дискурс: проблема визначення поняття, особливості структури. К. : Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. No14(249), 2012. С. 15-19.
3. Галичкіна Е. Н. Специфіка комп'ютерного дискурсу на англійському і російських мовах (на матеріалі жанра комп'ютерних конференцій): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.20. Астрахань, 2001. 212 с.
4. Гриценко Л. М. Особливості віртуального дискурсу. *Молодой ученый*. 2011. Т. 2, N 6. С. 17-20.
5. Иванов Л. Ю. Язык интернета: заметки лингвиста. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/751186>
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
7. Коломієць Н. В. Лінгвістичні особливості організації гіпертексту інтернет-новин (на матеріалі англійської мови) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://disser.com.ua/content/31813.html#download>
8. Коляса О.В. Історія гіпертексту та передумови його виникнення. *Збірник наукових праць КНУ ім. Т.Г. Шевченка*. Випуск 3. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2009. С. 119-124. Режим доступу: <http://studia-linguistica.knu.ua/2009-3-119-124-koljasa-o-v-istorija-gipertekstu-ta-peredumovi-jogo-viniknennja/>
9. Котовська О. В. Особливості організації гіпертексту [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vkhn/Filol/2011_936/content/kotovska.pdf
10. Лукашенко Н. Г. Іспаномовний Інтернет-дискурс: комунікативно-прагматичний та лінгвістичний аспекти (на матеріалі форумів з проблематики родинних стосунків): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.05 «Романські мови». Київ, 2006. 22 с.
11. Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge : Cambridge University Press, 2004. 272 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. <https://www.gazeta.ru/tech/2020/04/20/13055605/coronawords.shtml>
2. <https://www.bustle.com/p/coronavirus-slang-is-the-new-language-of-the-internet-22818176>
3. <https://www.greenqueen.com.hk/coronavirus-vocabulary-8-slang-words-you-need-to-know-during-the-pandemic-2/>
4. <https://www.amazon.de/-/en/Robio-Mared-ebook/dp/B088HCFSDG>
5. <https://www.businessinsider.com/millennials-gen-z-calling-coronavirus-boomer-remover-reddit-2020-3>
6. <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/doomsurfing-doomscrolling-words-were-watching>
7. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Coronials>
8. <https://www.edexlive.com/opinion/2020/mar/24/covid-19-and-the-words-outbreak-are-you-covidiot-or-covident-10846.html>
9. <https://beat102103.com/life/covideoparty-alison-spittle-starts-trend-to-help-people-watch-films-together-online/>
10. <https://www.hit.com.au/story/an-expert-offers-tips-on-how-to-deal-with-covidivorce-salvage-our-relationships-154147>
11. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Coronacation>
12. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Coronacut>
13. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Cornteen>
14. <https://twitter.com/hashtag/coronapocalypse>
15. <https://twitter.com/balajis/status/1259361213810569216>

REFERENCES

1. Babelyuk O.A. (2020) Sposoby tvorenyya neolohizmiv na poznachennia yavysheh COVID-19 v anhlomovnomu epidemiolohichnomu dyskursi [Ways of creating neologisms to denote the phenomena of COVID-19 in the English-language epidemiological discourse]. *Naukovyy zhurnal Lvivskoho derzhavnogo universytetu bezpeky zhyttyedyialnosti «Lvivskyy filolohichnyy chasopys»*: Zbirnyk naukovykh prats. № 7. L'viv. S. 3-15 [in Ukrainian].
2. Vzheshch YA. L. (2012) Internet-dyskurs: problema vyznachennya ponyattya, osoblyvosti struktury. [Internet discourse: the problem of defining the concept, features of the structure]. К. : Visnyk LNU imeni Tarasa Shevchenka. No 14(249). S. 15-19 [in Ukrainian].
3. Halychkyina E. N. (2001) Spetsyfyka kompyuternoho dyskursu na anhlyyskom y russkykh yazykakh (na materiale zhanra kompyuternykh konferentsyy) [Specifics of computer discourse in English and Russian (on the material of the genre of computer conferences)]: dys. ... kand. fylol. nauk: 10.02.20. Astrakhan.. 212 s [in Russian].
4. Hrytsenko L. M. (2011) Osobennosti vyrtualnoho dyskursu [Features of virtual discourse]. *Molodoy uchenyi*. T. 2, N 6. S. 17-20 [in Russian].
5. Ivanov L. YU. Yazyk ynterneta: zametky lynchvysta [The language of the Internet: notes of a linguist]. [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu: <http://www.twirpx.com/file/751186> [in Russian].
6. Karasyk V. Y. (2002) Yazykovoy kruh: lychnost, kontsepty, dyskurs [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volhohrad: Peremena. 477 s [in Russian].

7. Kolomyiets N. V. Lihvistychni osoblyvosti orhanizatsiyi hipertekstu internet-novyn (na materialy anhliskoyi movy) [Elektronnyy resurs] [linguistic features of the organization of hypertext of Internet news (on the material of the English language)]. Rezhym dostupu: <http://disser.com.ua/content/31813.html#download> [in Ukrainian].

8. Koliasa O.V. (2009) Istoriya hipertekstu ta peredumovy yoho vynyknennia [Linguistic features of the organization of hypertext of Internet news (on the material of the English language)]. Zbirnyk naukovykh prats KNU im. T.H. Shevchenka. Vypusk 3. Kyiv: Vydavnycho-polihrafichnyy tsentr «Kyivskyy universytet». S. 119-124. Rezhym dostupu: <http://studia-linguistica.knu.ua/2009-3-119-124-koljasa-o-v-istorija-gipertekstu-ta-peredumovi-jogo-viniknennja/> [in Ukrainian].

9. Kotovska O. V. Osoblyvosti orhanizatsiyi hipertekstu [Features of hypertext organization] [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Filol/2011_936/content/kotovska.pdf [in Ukrainian].

10. Lukashenko N. H. (2006) Ispanomovnyi Internet-dyskurs: komunikatyvno-prahmatychnyi ta lnhvostylistychnyi aspekty (na materialy forumiv z problematyky rodynnykh stosunkiv) [Spanish-language Internet discourse: communicative-pragmatic and linguistic-stylistic aspects (on the material of forums on the issues of family relations)]: avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filoloh. nauk : spets. 10.02.05 “Romans’ki movy”. Kyiv. 22 s [in Ukrainian].

11. Crystal D. (2004) Language and the Internet. Cambridge : Cambridge University Press. 272 p.

SLANGISMS OF COVID-19 PHENOMENA IN ENGLISH INTERNET DISCOURSE

Babelyuk Oksana Andriivna

*Doctor of Philological Sciences, Professor,
Professor at the Department of Foreign Languages and Translation Studies
Lviv State University of Life Safety
Str. Kleparivska, 35, Lviv, Ukraine*

Lakh Diana Romanivna

*6th year Magister Student
Lviv State University of Life Safety
Str. Kleparivska, 35, Lviv, Ukraine*

Koliasa Olena Vasylivna

*CSc. (Philology),
Associate Professor at the Department of German Languages and Translation Studies
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University
Str. Ivan Franko, 24, Drohobych, Lviv region, Ukraine*

The article focuses on the problem of structural and semantic peculiarities of COVID-19 slangisms in English Internet discourse. The starting point of the study is the fact that Internet as a social and cultural phenomenon gave birth not only to an important dynamic virtual communicative environment, but also became an object of numerous scientific researches in the frame of a new linguistic branch –Internet Linguistics. The article also deals with the main features of Internet discourse, such as: 1) electronic signal as a channel of communication; 2) virtuality; 3) distant in space and time; 4) dependence on technical means; 5) the highest level of penetration as the reader of Internet discourse can be anybody; 6) hypertext; 7) creolization; 8) the equal status of participants; 9) emotions and feelings transference with the help of special signs; 10) a combination of different discourse types; 11) special ethic rules. It's proved that during the COVID-19 lockdown discursive parameters of virtual communication such as the channel of communication, the communicative goal, its time and place, the genre of discourse, the language and verbal representation have been transformed substantially. They have lost their exact boundaries and became ambivalent. The dominant stylistic feature of the Internet discourse are slangisms, a complex of special words or new meanings of already existed words, which are used by different social (professional, civil, age) groups of people for emotional coloring of new social phenomena. The obtained results indicate that according to their structure the analyzed slangisms are compound words formed by blending of two or more stems or clipping of two or more stems. They, as a rule, nominate new social events connected with the pandemic situation, new social groups of people, which appeared depending on their attitude towards COVID-19, new objects or psychological states during the COVID-19 lockdown.

Key words: *slangisms, COVID-19 phenomena, English Internet discourse, discursive parameters.*