

**Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка**

**Факультет іноземних мов
Кафедра англійської філології та методики навчання англійської
мови**

**Кваліфікаційна робота
ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У
СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

**Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша - англійська
Освітньо-професійна програма «Англійська мова і література»**

**Здобувача другого (магістерського)
рівня вищої освіти
Лащук Анна Михайлівна**

**НАУКОВИЙ КЕРІВНИК:
Кандидат філологічних наук, доцент
Бойчук Мар'яна Ігорівна**

**РЕЦЕНЗЕНТ:
кандидат філологічних наук, доцент
Вирста Наталя Богданівна**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....	7
1.1. Лексичні новотворення в сучасному мовленні: теоретичні засади та практичні прояви.....	7
1.2. Особливості функціонування інноваційної лексики в інтернет-просторі.	16
1.3. Семантичні зміни як результат лексичних інновацій: генералізація, звуження, десемантизація, ресемантизація.....	23
1.4. Механізми утворення метафор і метонімії у процесі неологізації.....	29
Висновки до розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2 ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ.....	37
2.1. Джерела емпіричного матеріалу: Instagram, Twitter, Facebook.....	37
2.2. Аналіз неологізмів з точки зору семантичних процесів.....	40
2.3. Метафоризація неологізмів в інтернет-дискурсі.....	45
2.4. Метонімізація неологізмів у соціальних мережах.....	52
2.5. Прояви генералізації та звуження значення у лексичних новоутвореннях.....	54
2.6. Десемантизація та ресемантизація слів у цифровому мовному середовищі.....	60
Висновки до розділу 2.....	67
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72
ДОДАТКИ.....	86

ВСТУП

Сучасна англійська мова перебуває в постійному стані динамічних змін, значною мірою обумовлених глобалізаційними процесами, розвитком технологій і впливом цифрового середовища. Інноваційні процеси в англійській мові знаходять своє відображення передусім у появі нових лексичних одиниць, зміні їх значень, а також у трансформації механізмів мовотворення. Особливо яскраво мовні інновації проявляються у просторі соціальних мереж, де швидкість комунікації та вплив масової культури стимулюють постійне оновлення лексичного складу.

Дослідження лексичних інновацій у сучасній англійській мові є суттєвим з огляду на необхідність розуміння сучасних мовних тенденцій, які визначають не тільки розвиток мови як системи, а й специфіку її функціонування у нових соціокультурних умовах.

У межах лінгвістики проблему мовних інновацій активно досліджують, зокрема в контексті соціальних платформ, таких як Instagram, Twitter та Facebook. Питання лексичних новоутворень, їхньої класифікації та функціонування широко розглядаються як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. До числа вітчизняних дослідників належать: Балюта Е. Г., Богачик М. С., Бровко К. А., Волкова С. Г., Дзюбіна О. І., Гриценко С., Кухарська О. М., Кучеренко І. В., Левицький А. П.. Серед зарубіжних авторів варто відзначити: Аллан К., Кулман Дж. та інші.

Проблема мовних інновацій досліджувалася особливо обширно в останні роки. Значний акцент приділяється аналізу впливу суспільних та технологічних змін на процес формування нових мовних одиниць, що особливо помітно на матеріалі мережових комунікацій і соціальних медіа. Такі новоутворення включають неологізми, фемінітиви, телескопії, скорочення, семантичні трансформації та англомовні запозичення, які швидко адаптуються в мовленні та письмі сучасної аудиторії.

Актуальність дослідження зумовлена стрімким зростанням кількості

лексичних інновацій у сучасній англійській мові під впливом технологічного прогресу, глобалізації та масової комунікації. Поява нових понять і явищ вимагає відповідного лексичного відображення, що веде до активних процесів словотворення, переосмислення значень слів і запозичення нових термінів. Ретельного аналізу заслуговує інтернет-простір, де нові мовні одиниці виникають, поширюються та закріплюються в надзвичайно короткі терміни. Дослідження цих процесів є необхідним для глибшого розуміння еволюції англійської мови у XXI столітті та для розробки ефективних підходів до викладання англійської мови як іноземної в умовах її динамічної зміни.

Метою роботи є визначення лінгвістичних особливостей інноваційних процесів у сучасній англійській мові, зокрема шляхом аналізу неологізмів, семантичних змін та механізмів метафоризації й метонімізації в інтернет-просторі, зокрема причин їх виникнення, механізмів формування та впливу на мовну систему.

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

- 1) проаналізувати поняття мовних інновацій у сучасній англійській мові, зокрема неологізмів, семантичних трансформацій та запозичень;
- 2) визначити особливості функціонування інноваційної лексики в інтернет-просторі;
- 3) дослідити семантичні зміни, спричинені лексичними інноваціями: генералізацію, звуження, десемантизацію та ресемантизацію;
- 4) охарактеризувати механізми утворення метафор і метонімії у процесі неологізації;
- 5) здійснити лінгвістичний аналіз лексичних інновацій у соціальних мережах, зокрема на платформах Instagram, Twitter та Facebook.

Об'єктом дослідження є інноваційні процеси в сучасній англійській мові.

Предметом дослідження є лексичні інновації, їх семантичні особливості та механізми утворення в інтернет-просторі.

У нашому дослідженні були використані такі **методи**:

- описовий метод (для систематизації теоретичних відомостей про мовні

інновації);

- метод аналізу та синтезу (для визначення особливостей функціонування інноваційної лексики в інтернет-просторі);
- контекстуально-інтерпретаційний метод (для аналізу значення неологізмів у певних комунікативних ситуаціях);
- метод лінгвістичного спостереження (для фіксації мовних інновацій у цифровому середовищі).

Джерельну базу дослідження склали наукові праці українських і зарубіжних лінгвістів, присвячені питанням мовної інновації, неологізації та функціонування інтернет-лексики. Також було використано матеріали з соціальних мереж Instagram, Twitter та Facebook, що стали основою для аналізу лексичних новоутворень у сучасному англomовному інтернет-дискурсі.

Теоретична значущість роботи полягає в систематизації знань про природу лексичних інновацій у сучасній англійській мові, уточненні понятійного апарату дослідження інноваційних процесів та у розкритті основних механізмів їх функціонування в цифровому просторі.

Практична цінність полягає в можливості застосування результатів дослідження у викладацькій діяльності під час навчання сучасної англійської мови, зокрема у розробці навчальних матеріалів, спрямованих на формування у студентів навичок роботи з актуальною інноваційною лексикою, а також у можливості використання отриманих даних для укладання словників неологізмів.

Апробація дослідження. Основні положення даної роботи обговорювалися на науково – практичній конференції, а також були висвітлені у двох наукових статтях, опублікованих у матеріалах конференцій.

Новизна дослідження полягає у комплексному аналізі лексичних інновацій сучасної англійської мови в інтернет-просторі на матеріалі соціальних мереж (Instagram, Twitter, Facebook), у розгляді семантичних процесів генералізації, звуження, десемантизації та ресемантизації в умовах цифрової комунікації, а також у виокремленні особливостей метафоризації та

метонімізації новоутворень у соцмережах.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (105 найменувань) та додатків. У першому розділі розглянуто теоретичні основи дослідження мовних інновацій: поняття неологізмів, особливості функціонування інноваційної лексики в інтернет-просторі, а також процеси семантичних змін та утворення метафор і метонімії. У другому розділі здійснено лінгвістичний аналіз інноваційних процесів на матеріалі соцмереж, проведено аналіз неологізмів з погляду семантичних трансформацій, досліджено механізми метафоризації і метонімізації, а також вивчено випадки генералізації, звуження, десемантизації та ресемантизації. Загальний обсяг роботи становить 90 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

1.1 Лексичні новотворення в сучасному мовленні: теоретичні засади та практичні прояви

Мова як жива система перебуває у постійному процесі розвитку та оновлення. Її зміни зумовлюються складною взаємодією внутрішньомовних і позамовних чинників, зокрема суспільними, культурними, технологічними та економічними процесами. Ключовим механізмом мовної еволюції є мовні інновації – нововведення у різних підсистемах мови, які сприяють її адаптації до нових реалій [13, с. 34]. Виникнення інноваційних явищ є показником активного розвитку мовної системи й відповіді на виклики часу, що дозволяє мові зберігати свою комунікативну ефективність [13, с. 34].

Мовні інновації зазвичай визначають як такі зміни в мові, що призводять до появи нових елементів або нових способів використання існуючих одиниць. Інноваційні процеси можуть стосуватися різних рівнів мовної структури – лексики, граматики, фонетики чи стилістики. Головною ознакою мовної інновації є її новизна щодо попередньої мовної норми або усталеного вжитку. Важливо, що інновація не просто виникає спонтанно, а стає відповіддю на певні соціальні потреби, зокрема на необхідність назвати нові реалії, явища чи процеси [77, с. 193].

У лінгвістичних дослідженнях мовні інновації розглядаються як результат цілеспрямованої чи стихійної мовної діяльності, спрямованої на розширення комунікативних можливостей мови. Вони можуть виникати внаслідок індивідуальної мовотворчості або як продукт масового мовлення. Часто інновації спочатку з'являються у неформальному спілкуванні, а згодом поступово закріплюються у загальноновживаній мові. Інноваційні одиниці можуть

бути як короткотривалими явищами, що швидко зникають, так і такими, що набувають стійкого характеру й інтегруються у мовну систему.

Велике значення у вивченні мовних інновацій приділяють їхньому статусу в мовній нормі. Інновації, які отримують широке поширення, можуть змінювати мовну норму, водночас інші залишаються на периферії мовного вжитку. Зазначений процес має поступовий характер і відображає загальні тенденції розвитку мови в конкретну епоху. У цьому контексті вивчення мовних інновацій є значущим інструментом дослідження мовної динаміки, соціолінгвістичних процесів та культурних змін у суспільстві [40, с. 32].

Оскільки зміни в мовній нормі не виникають довільно, важливо з'ясувати, що саме їх спричиняє. Причини виникнення інновацій у мові пов'язані з необхідністю адекватного відображення змін у різних сферах життя та прагненням до оптимізації мовної комунікації. Розвиток суспільства та вплив зовнішніх чинників стимулюють появу нових лексичних одиниць:

- науково-технічний прогрес;
- глобалізаційні процеси;
- соціальні та культурні трансформації;
- інформаційно-комунікаційні технології;
- потреба у вираженні нових реалій;
- модні тенденції та зміни в суспільній свідомості [16, с. 45].

Кожен із цих чинників має вагомий вплив на процес лексичних змін. Науково-технічний прогрес зумовлює появу нових понять і термінів, які відображають відкриття в галузі науки, техніки та інженерії. Глобалізаційні процеси сприяють інтенсивному проникненню іншомовних слів у національні мови, що часто призводить до появи змішаних або адаптованих форм лексем. Соціальні та культурні трансформації створюють потребу в нових позначеннях для явищ, що виникають унаслідок змін у суспільному устрої, поведінці, стилі життя. Інформаційно-комунікаційні технології не лише породжують нові терміни, пов'язані з цифровим середовищем, але й пришвидшують процес поширення неологізмів серед широких верств населення. Потреба у вираженні

нових реалій спричиняє оновлення мовних засобів для позначення змін у повсякденному житті, політиці, економіці, екології. Модні тенденції та зміни в суспільній свідомості стимулюють появу слів, пов'язаних з новими цінностями, ідеалами, субкультурами та актуальними темами. Таким чином, кожна причина стає рушієм постійної еволюції мови, забезпечуючи її здатність залишатися живим та актуальним інструментом комунікації.

Мовні інновації є яскравим свідченням гнучкості та життєздатності мови, оскільки демонструють її здатність оперативно реагувати на зміни в різних сферах життя. Завдяки постійному оновленню словникового складу мова зберігає свою комунікативну ефективність і адаптується до нових реалій. Інноваційні процеси свідчать про відкритість мовної системи до зовнішніх впливів і водночас про її внутрішню динаміку. Саме через інновації мова не лише відображає актуальні суспільні процеси, а й активно формує їхнє сприйняття [66, с. 457].

Серед основних типів мовних інновацій виділяють неологізми, які виникають для позначення нових понять, що відображає специфіку неформального спілкування, та запозичення, які проникають у мову внаслідок міжкультурних контактів. Ці форми мовного оновлення є свідченням постійного розвитку й відкритості мовної системи до змін. Їхня присутність забезпечує мовну гнучкість та різноманітність засобів вираження думок [20, с. 46].

Розвиток англійської мови протягом останніх десятиліть супроводжується активною появою великої кількості новотворів. Як зазначає Н. Клименко, це зумовлено як внутрішньомовними, так і позамовними чинниками, серед яких провідними виступають глобалізаційні процеси, зміна парадигми сприйняття соціальної реальності, виникнення нових життєвих реалій та потреба їх відповідної номінації [35, с. 23]. Соціальна природа мовних змін пов'язана насамперед із комунікативною функцією мови, що постійно прагне оптимізувати способи задоволення суспільних потреб у спілкуванні, стимулюючи пошук найбільш ефективних засобів номінації.

За даними Каліфорнійської організації Global Language Monitor, яка займається реєстрацією нових слів в англійській мові, у словниковому складі сучасної світової англійської мови нове слово з'являється приблизно кожні 98 хвилин [89]. З'ясовано, що лексичний запас англійської мови може поповнюватися щороку на тисячі або навіть десятки тисяч нових одиниць, що, зокрема, пов'язано з високою варіативністю англійської – американської, канадської, австралійської, ірландської та навіть китайської та її різновидів [13, с. 36].

Лексика певної історичної доби відображає основні риси економічного, політичного й культурного життя суспільства. Чим важливішою для суспільства є певна епоха і чим більшою є її насиченість подіями життєвої значущості, тим інтенсивніше мова реагує на потреби часу створенням нових слів, що задовольняють як вимоги комунікації, так і внутрішні потреби мовної системи [52, с. 11].

Поява в мові лексичних і семантичних інновацій завжди обумовлюється домінуванням низки чинників. Український мовознавець В. Жайворонок пояснює це так: нове слово виникає або внаслідок появи потреби у позначенні нового поняття (адже саме поняття передуює слову), або через необхідність доповнення певного семантичного поля новою чи оновленою функціональною одиницею, або ж тоді, коли новий (додатковий чи оновлений) зміст старого поняття (тобто нова семема) вимагає створення нової мовної форми [31, с. 35].

На думку О. О. Селіванової, неологізація в мові зумовлюється дією синергетичних механізмів самоорганізації та збереження мовної системи, загальними тенденціями мовного розвитку, прагненням до економії мовних засобів або їх надмірності, процесами стереотипізації, евфемізації, функціонально-стилістичної диференціації, пуристичними прагненнями мовців тощо [72, с. 504].

Виявом цих процесів є поява різних типів нових одиниць, серед яких особливе місце займають концептуальні неологізми. Вони постають тоді, коли мовна система потребує номінації принципово нових змістів або явищ, що

раніше не мали власного позначення. Концептуальні неологізми – це слова або вирази, які позначають нові поняття, ідеї чи явища, що раніше не існували або не мали власного терміна в мові. Їх поява зазвичай пов'язана з розвитком науки, технологій, культури, суспільства чи зміною способів мислення.

Особливості концептуальних неологізмів:

- називають нове поняття, а не просто новий предмет або модифікацію старого;
- заповнюють смислову лакуну в мові;
- часто стають важливими в науковому, філософському чи культурному дискурсі;
- можуть згодом увійти до загальної мови або залишитися в спеціальній термінології [57].

У соціальних мережах концептуальні неологізми активно функціонують як мовні маркери нових форм соціальної взаємодії та цифрової ідентичності. Так, у середовищі Facebook поширеними є неологізми, що відображають трансформацію міжособистісних зв'язків та публічності приватного життя, зокрема *"oversharing"* (надмірне публічне розкриття особистої інформації) або *"echo chamber"* (інформаційне середовище, у якому користувач стикається переважно з подібними до власних поглядами). Ці одиниці фіксують нові соціальні моделі поведінки, які виникли саме в умовах мережевої комунікації [69].

У дискурсі Instagram концептуальні неологізми переважно пов'язані з візуальною самопрезентацією, конструюванням ідеалізованого образу «я» та естетизацією повсякденного життя. У цьому середовищі активно функціонують такі одиниці, як *"aesthetic lifestyle"*, що позначає стиль життя, орієнтований на візуальну гармонію та емоційну привабливість, або *"Instagrammability"*, якою описують ступінь відповідності об'єкта вимогам візуальної репрезентації в мережі [76].

У Twitter концептуальні неологізми переважно відображають нові способи осмислення суспільних і політичних процесів. Такі одиниці, як *"cancel culture"*,

"post-truth" або *"outrage economy"*, позначають складні соціальні феномени, пов'язані з публічним осудом, емоційною поляризацією та трансформацією поняття істини в цифровому середовищі. Їх функціонування демонструє тісний зв'язок мови з ідеологічними та світоглядними змінами сучасного суспільства [33].

Можна зазначити, що концептуальні неологізми в соціальних мережах не лише відображають нові реалії цифрової комунікації, а й активно впливають на формування колективних уявлень, оцінок і моделей поведінки. Саме через такі одиниці інтернет-дискурс стає простором інтенсивної мовної та когнітивної інновації [80].

Дзюбіна О. І. в дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, під науковим керівництвом Р. В. Помірко дійшла висновку, що неологізмами варто вважати нові слова або стійкі словосполучення, що виявляють новизну у формі, значенні чи в обох цих складниках протягом певного періоду. Це мовні одиниці, які увійшли до лексико-семантичної системи мови та не були притаманні їй (чи певній підмові) у попередній час. Вони можуть утворюватися відповідно до словотвірних закономірностей мови, потрапляти до неї шляхом запозичення або переходити з пасивного словникового складу. Такі одиниці мають оформлені семантичні, прагматичні й стилістичні характеристики та сприймаються носіями мови і суспільством як нові, що й відображено у словниках нової лексики [24].

На думку Р. Помірко та Р. Дудок, семантичні запозичення запускають неологічні процеси та слугують джерелом появи синонімів, омонімів, полісемії й інших мовних явищ [28].

С. Гриценко акцентує увагу на тому, що неологізми – складний і неоднорідний масив лексики, категорія історична. Коли явище – поняття, яке спершу сприймалося як нове, стає звичним, відповідне слово переходить до загальноновживаної (узуальної) лексики, вкорінюється у мовленні широкого загалу й перестає сприйматися як неологізм [17, с. 9].

У даному дослідженні неологізми розглядаються як динамічний компонент сучасної української мовної системи, що відображає актуальні соціальні, культурні та комунікативні потреби суспільства. Особливу увагу зосереджено на їх структурно-семантичних особливостях, джерелах походження, механізмах утворення та функціонуванні в різних типах дискурсу. Такий підхід дає змогу простежити закономірності оновлення лексики, окреслити тенденції розвитку мови та визначити роль неологізмів у формуванні мовної картини сучасності.

У сучасній лінгвістиці існують різні підходи до розуміння лексичних інновацій. У межах цього дослідження використано визначення, запропоноване О. Стишовим: неологізми – це слова, словосполучення, фразеологізми або окремі їхні значення, що виникли на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять, периферійних номінацій, актуалізація яких спричинена соціальними й територіальними чинниками функціонування літературної мови, а також okazionalizmi – індивідуально-авторські новації, використані одноразово в мовній практиці певного автора, редакції чи конкретного тексту. Мовці, у свою чергу, чітко усвідомлюють новизну цих номінацій [74, с. 46].

У результаті аналізу наукової літератури та інтернет-джерел, присвячених неологічній лексиці англійської мови, встановлено, що морфологічні способи відіграють провідну роль у творенні нових слів. Зокрема:

1. Афіксальний спосіб передбачає активне використання суфіксів, серед яких: *-dom* (*officialdom* – бюрократизм), *-ize* (*dollarize*), *-ian* (*USian*), *-ist* (*non-unionist*), *-ic* (*coffeeholic*), *-y/-ie* (*dreelfie* – фото у стані сп'яніння). Варто зазначити, що суфікс *-ie* надає словам більш неформального та лагідного забарвлення. Окрім суфіксів, застосовуються також різноманітні префікси (*over-*, *de-*, *in-*, *ir-*, *hyper-*, *super-*, *pre-*, *cyber-*), які дозволяють створювати терміни для опису природних та соціальних явищ: *overparenting* (надмірна батьківська опіка), *cyberventing* (кіберторгівля), *irrighational* (людина, яка вважає себе завжди правую) [13, с. 38].

2. Словоскладання проявляється у злитті двох основ для формування нових понять: *spamalanche* (*spam* + *avalanche*) – величезний потік спаму, *cashew* (*Catholic* + *Jewish*) – людина подвійної релігійної ідентичності, *Eurocrat* (*European* + *bureaucrat*) – європейський бюрократ, *hivemind* (*hive* + *mind*) – колективний розум.

3. Конверсія передбачає зміну частиномовної належності слова, зокрема перехід іменників у дієслова і навпаки: (*a bachelor*) – *to bach* (жити холостяцьким життям), *to email* – *an email* (надсилати повідомлення електронною поштою), *to tweet* – *a tweet* (спілкуватися/повідомлення в мікроблозі Twitter).

4. Телескопія – найпродуктивніший спосіб творення неологізмів в англійській мові. Завдяки компактності та лаконічності телескопізмів мовлення стає динамічнішим, емоційно насиченим і логічно структурованим, задовольняючи тенденцію до мовної економії при збереженні максимальної інформативності. Телескопія виникає шляхом об'єднання повної основи одного слова з усіченою основою іншого або двох усічених основ. Прикладами є: *nonversation* (*non* + *conversation*) – беззмістовна розмова, *askhole* (*ask* + *asshole*) – людина, яка просить поради, але не дотримується її, *hangry* (*hungry* + *angry*) – злий через голод, *journicle* (*journal* + *article*) – наукова стаття, *brunch* (*breakfast* + *lunch*) – поєднання сніданку й обіду, *textpectation* (*text* + *expectation*) – очікування відповіді на повідомлення, *comfury* (*comfort* + *luxury*) – стиль одягу, що поєднує комфорт і презентабельність [13, с. 39].

5. Скорочення включають утворення нових слів через аббревіації та акроніми, що відображає тенденцію до раціоналізації мовлення: *HAND* (*Have a nice day!*), *TOY* (*Thinking of you!*), *KIT* (*Keep in touch!*), *Njoy* (*Enjoy!*), *ASMR* (*autonomous sensory meridian response* – приємне відчуття від певних звуків чи рухів), *TTYL* (*Talk to you later* – поговорю з тобою пізніше) [13, с. 39].

Динаміка інтеграції неологізмів у стандартну лексику є постійним і багатоступеневим процесом. Спочатку нові слова виникають у вузьких соціальних або професійних групах, а згодом, за умови широкого вжитку, потрапляють у загальнолітературну норму. Чинниками успішної інтеграції є

актуальність неологізму для позначення нових явищ, його зрозумілість і здатність гармонійно вписуватися у вже наявну мовну систему. Водночас багато неологізмів залишаються короточасними явищами, зникаючи через зміну соціокультурних потреб [27, с. 178].

Іншими способами поповнення сучасного інтернет-простору можуть виступати сленгові одиниці та запозичення. Поряд із неологізмами активно функціонують сленгові одиниці та запозичення, які є характерними елементами мережевого спілкування. Їх поява та поширення зумовлені прагненням користувачів до швидкої комунікації, мовної економії, емоційної виразності, а також до створення відчуття належності до певної соціальної або вікової групи.

Сленг в умовах цифрового середовища виконує передусім експресивну та прагматичну функції. Він сприяє неформалізації мовлення, підсилює оцінні характеристики висловлювань і часто слугує інструментом самовираження користувачів. У мережевій комунікації сленгові одиниці швидко оновлюються, змінюють значення та можуть набувати тимчасового характеру, що зумовлює їх високу варіативність і нестабільність [56, с. 24-25].

Запозичення, своєю чергою, є результатом інтенсивних міжмовних контактів та глобалізаційних процесів, характерних для сучасного інтернет-простору. Вони виконують номінативну функцію, позначаючи нові поняття, явища або технології, для яких у мові-реципієнті відсутні усталені відповідники. У цифровому дискурсі такі одиниці часто зберігають ознаки мови-джерела, однак поступово адаптуються до фонетичних, граматичних і семантичних норм приймаючої мови [19, с. 27].

Запозичення суттєво відрізняються від неологізмів та семантичних трансформацій як за джерелом виникнення, так і за функціональним призначенням. На відміну від неологізмів, які здебільшого творяться на основі власних мовних ресурсів для позначення нових понять, запозичення є результатом зовнішнього впливу, інтеграції елементів інших мов [21, с. 50]. Порівняно із семантичними трансформаціями (сленгом), запозичення зазвичай набувають ширшого та іноді більш офіційного вживання, тоді як сленгові вирази

функціонують переважно в межах окремих соціальних груп і мають обмежену сферу використання. Іншими словами, запозичення виступають важливим каналом поповнення лексичного складу мови, сприяючи її гнучкості та збагаченню виражальних засобів [34, с. 222].

Отже, мовні інновації в сучасній англійській мові є важливим чинником розвитку лексичної системи та відображенням динамічних змін у суспільстві. Неологізми і семантичні трансформації виступають основними шляхами поповнення словникового складу, кожен із яких має свої особливості та механізми утворення. Вони допомагають мові реагувати на нові реалії, технологічні зміни й культурні процеси, забезпечуючи її гнучкість та адаптивність.

Кожен із розглянутих типів мовних інновацій виконує специфічні функції: неологізми найчастіше позначають нові явища, семантична трансформація сприяє вираженню групової ідентичності, а запозичення демонструють взаємодію мов і культур. Різноманітність шляхів оновлення лексики свідчить про живий характер англійської мови й підтверджує її здатність збагачуватися, зберігаючи водночас власну цілісність. Вивчення мовних інновацій дає змогу глибше зрозуміти процеси, що лежать в основі розвитку сучасної комунікації.

1.2. Особливості функціонування інноваційної лексики в інтернет-просторі

Значне поширення інноваційної лексики в інтернет-комунікації зумовлюється низкою глибинних та взаємопов'язаних факторів, що мають соціальний, когнітивний, культурний, технологічний та мовний характер. Новітні технології стали каталізатором лінгвістичних змін, оскільки саме інтернет як середовище сприяє формуванню нових мовних практик, підтриманню динаміки словотворення, пришвидшенню комунікаційних процесів і легітимізації мовних інновацій у масштабах планети [40, с. 42].

Провідною детермінантою активного формування нової лексики виступає швидкість інформаційного обміну, притаманна цифровій епосі. Користувачі отримують і передають величезні обсяги даних щосекунди, що зумовлює потребу в компактних, точних, функціональних та часто іронічних мовних засобах. Інноваційна лексика задовольняє цю потребу, будучи гнучкою, адаптивною і здатною швидко інтегрувати нові смисли, явища, тренди. Як-от, слова "*ghosting*" (раптове припинення спілкування в онлайн-стосунках), "*doomscrolling*" (нескінченне читання негативних новин), "*flex*" (демонстрація своїх досягнень або матеріальних благ) з'явилися як відповідь на нові моделі поведінки користувачів у цифровому середовищі [20, с. 48].

Соціальна природа інтернету зумовлює те, що кожен його користувач є потенційним транслятором лексичних інновацій. Інтернет розмиває традиційні межі між комунікантами, створюючи умови для горизонтального розповсюдження мовних новотворів. Термінологія, яка виникає спочатку в межах певних субкультур або професійних спільнот (наприклад, "*cancel culture*", "*stan*", "*simp*"), швидко переходить у ширше вживання завдяки механізмам соціального наслідування, алгоритмам платформи та принципу вірусності контенту [55, с. 23].

Механізм наслідування у поєднанні з бажанням користувачів ідентифікуватися з певною спільнотою або трендом стимулює сприйняття нової лексики як елемента соціального статусу або мовної гри. Сучасний мовний споживач схильний до експериментів, пошуків нових способів самовираження, до створення індивідуального лінгвістичного стилю. Інтернет - комунікація дає можливість реалізувати ці прагнення в необмеженому інформаційному просторі, де немає цензури традиційної нормативності, а інновації стають формою мовного капіталу.

Платформи соціальних мереж створюють особливе середовище для закріплення неологізмів через функціонал повторення, лайків, поширень і хештегів. Зазначені механізми сприяють підсиленню популярності певного слова або виразу, що призводить до його регулярного вживання й поступового

переходу зі статусу семантичної трансформації до статусу загальноновживаного лексичного елементу. Наприклад, вислів *"FOMO"* (fear of missing out) набув широкого розповсюдження саме через масове поширення мемів і дописів на тему соціальної тривожності. Аналогічним чином функціонують *"YOLO"*, *"finsta"*, *"cringe"* та багато інших одиниць [91].

Глобалізаційні процеси стали ще одним потужним рушієм мовної інноваційності в інтернеті. Уніфікація культур, прискорення комунікацій між носіями різних мов, транснаціональні інформаційні потоки призводять до того, що англomовна лексика, зокрема американського походження, стає не лише джерелом неологізмів, а й безпосереднім фактором їхнього закріплення. Міжнародні платформи, такі як Instagram, YouTube, Twitter, формують спільний дискурс, де нові лексеми одразу отримують багатомовне «життя», інтегруючись у мови-реципієнти без адаптації або з мінімальними модифікаціями [71, с. 141].

Молодіжне середовище, зокрема покоління Z і покоління Alpha, виконує функцію лінгвістичних інноваторів. Ці групи користувачів створюють нову мову інтернету, яка поєднує емоджі, меми, скорочення, акроніми, неологізми, жаргонізми, відсилки до попкультури, цитати з серіалів, музики, фільмів, ігор. Вони ж є першими, хто використовує нові слова на практиці, популяризує їх через чати, стріми, відео та блоги, тим самим забезпечуючи лексичній інновації життєвий цикл – від народження до закріплення в цифровому просторі [78, с. 289].

Поширення мем - культури як специфічного виду візуально - лінгвістичної комунікації сприяє формуванню унікального дискурсу, де слово функціонує в тісному зв'язку з зображенням, емоцією, іронією. Мем як форма тексту вимагає від користувача високого рівня контекстуального розуміння, а інноваційна лексика в цьому контексті набуває конотаційної глибини й ширини інтерпретації. Для прикладу, слово *"Karen"* стало маркером стереотипу, що вказує не лише на поведінку, а й на цілу культурну парадигму споживацького егоїзму.

Активне використання штучного інтелекту, ботів, чат-ботів і віртуальних асистентів теж стало стимулом до появи нової лексики. У цьому контексті виникають такі терміни, як *"algospeak"* (мова, яка обходить цензуру алгоритмів), *"shadowban"* (невидиме обмеження охоплення допису), *"deepfake"*, *"chatbot fatigue"* тощо. Ці слова народжуються як реакція на нові феномени, що формуються в межах цифрової екосистеми. Вони швидко входять у побут, оскільки позначають те, що є безпосередньо присутнім у досвіді більшості користувачів.

Прагнення до економії мовних засобів також сприяє інноваціям. Зменшення довжини повідомлення, зручність скорочень, асоціативність ігрових форм, трансформація стандартної лексики в більш експресивні одиниці – усе це відповідає принципам інтернет-спілкування. Яскравим прикладом є слова *"srsly"* (скорочено від *seriously*), *"TL;DR"* (*too long; didn't read*), *"brb"*, *"idk"* стали типовими для неформальної онлайн-комунікації. Їхнє використання спрощує спілкування, знижує мовне навантаження і водночас підсилює ефект належності до цифрової спільноти [12, с. 135].

Семантична гнучкість – ще один фактор, що пояснює поширення інноваційної лексики. Умови інтернет-комунікації допускають багатозначність, гру зі значеннями, семантичні зсуви, зміни коннотацій. Зокрема, слово *"slay"*, що колись означало «вбивати», тепер активно вживається у значенні «виглядати ефектно, бути на висоті». Подібна мовна гра стає притягальною для користувачів і перетворює комунікацію на простір креативного самовираження [49, с. 38].

Наявність гнучких лінгвістичних правил в інтернеті дозволяє одночасно існувати кільком варіантам одного і того ж слова. Скажімо, *"aesthetic"*, *"aesthetix"*, *"estetik"*, *"æsthetic"* можуть співіснувати в одному дискурсі, виконуючи як функцію естетизації тексту, так і маркеру належності до конкретної субкультури. Вказані варіативні форми часто є візуально привабливими, що підсилює бажання їх вживати в межах інтернет-контенту.

Цифрова гіперзв'язність – наступний каталізатор лексичних змін. Нові слова розповсюджуються одночасно в кількох країнах, мовах, середовищах,

завдяки чому формуються глобальні мовні тренди. Як-от, *"influencer"*, *"fake news"*, *"metaverse"*, *"NFT"* уже стали звичними і для україномовного, і для іспаномовного, і для японськомовного інтернет-користувача. Це свідчить про те, що інноваційна лексика функціонує не лише в межах конкретної мови, а й як частина міжмовного гібридного коду [68, с. 144].

Значення має і те, що мовна інновація сьогодні – це інструмент соціального впливу. Бренди, інфлюенсери, лідери думок, блогери активно використовують нову лексику для побудови персонального стилю, привернення уваги, формування дискурсивної ідентичності. Цим самим вони формують нові словесні моделі, які миттєво засвоюються аудиторією та імітуються.

Значна варіативність інтернет-дискурсу, зумовлена його жанровою та стилістичною гнучкістю, сприяє активному оновленню лексичного складу сучасної англійської мови, створюючи простір для появи, закріплення й трансформації інновацій. Кожен тип онлайн-комунікації передбачає свої функціональні й комунікативні потреби, що безпосередньо впливають на відбір лексичних засобів, а відтак – і на характер мовних новацій. Мєми, стріми, твіти, Reddit-дискусії, Telegram-канали, субтитровані Instagram-ролики – усі ці жанрові форми передбачають специфічні формати передачі інформації, що не тільки впливають на лінгвістичну структуру, а й стимулюють народження нових слів, скорочень, сленгових одиниць, гібридів і графічних варіацій [3, с. 45].

У середовищі мікроблогів, наприклад, де комунікація значною мірою зводиться до коротких фраз із високим рівнем емоційної насиченості, активізується тенденція до створення лексичних інновацій, що поєднують ігровість, влучність та меметичність. Термін *"delulu"*, що виник як скорочення від *"delusional"* у фан-культурному сегменті Twitter (X), тепер функціонує як повноцінна одиниця з новим семантичним навантаженням, означаючи надмірно ідеалізовані чи нереалістичні уявлення про себе, інших або світ [45]. Цей приклад демонструє, як жанрова стислість і характер онлайн-спілкування стимулюють не тільки скорочення, а й переосмислення значень.

Візуально-вербальні платформи, зокрема TikTok чи Instagram, створюють умови для поєднання тексту з відеорядом, що породжує унікальні мовні ефекти. У подібному контексті лексичні інновації набувають не лише графічної своєрідності, а й ситуативної гнучкості. Наприклад, слово "*girlmath*", що розпочинало своє життя як іронічне пояснення «жіночої логіки» у фінансових питаннях, перетворилося на меметичну одиницю, яка тепер вживається у будь-якому контексті нелогічного, але емоційно виправданого пояснення. Це явище демонструє не тільки жанрову природу новотвору, а й глибоку стилістичну адаптацію до умов і темпів сприйняття інформації [44, с. 18].

Дискурс ігор і стримінгу, що має власну жанрову специфіку, формує окрему категорію лексичних інновацій. Мовна поведінка стримерів на Twitch, наприклад, часто містить геймерські неологізми, які в подальшому виходять за межі цього середовища. Слово "*NPC*" (*non-playable character*) у стримінговому просторі почало вживатися як метафора для позначення людей, що діють механічно, без ініціативи, немов за заданим скриптом. Відповідна семантична еволюція прямо пов'язана з жанровою природою комунікації, де гра переходить у мову і навпаки [49, с. 168].

Стилістична інклюзивність багатьох онлайн-жанрів зумовлює появу лексичних одиниць, які функціонують як маркери ідентичності або належності до певної групи. В інтернет-дискурсі часто зустрічаються неологізми, пов'язані з гендерною ідентичністю чи сексуальною орієнтацією, такі як "*theybie*" (немовля, якого виховують без вказання гендеру), або "*enby*" (скорочено від NB – non-binary). Подібного роду слова з'являються у жанрах інтерв'ю, подкастів, особистих блогів, і поступово переходять у масову мову [48, с. 169].

Меми як окремий жанровий пласт не просто генерують лексичні інновації, а й створюють мову мемів із притаманною їй стилістикою. Наприклад, вираз "*I'm literally screaming*" вже давно не означає фізичний крик, а є маркером емоційного збудження у відповідь на щось смішне чи неочікуване. У подібному вживанні простежується розмиття межі між фігуральним і буквальним, що є характерною ознакою інтернет-дискурсу.

Жанрова експериментальність платформ, таких як Tumblr чи Substack породжує гібридні форми текстів, у яких сплітаються елементи науково-популярного, художнього, публіцистичного та розмовного мовлення. Саме в таких умовах народжуються нестандартні словоформи, як-от *"sadboi"* або *"doomscrolling"*. Останнє означає звичку безкінечно гортати стрічку з поганими новинами, відчуючи тривожність і водночас неможливість зупинитися. Ці інновації виникають як результат поєднання рефлексивності й емоційного занурення, властивих для жанру особистих мікроесеїв [64, с. 53].

Дискурс цифрового активізму та соціальних кампаній в онлайн-просторі породжує окрему категорію лексичних новацій, які слугують символами спротиву, критики чи солідарності. Слово *"cancelled"* у цьому контексті стало позначенням публічного осуду й бойкоту певної особи або бренду. Його вживання має чітко виражену стилістичну рамку – емоційно марковану, іноді саркастичну або іронічну, залежно від жанрових очікувань аудиторії [68, с. 143].

Не менш значущим є стиль пародійних новинних сторінок і сатиричних Twitter-акаунтів, які використовують мовні інновації як інструмент викриття абсурду реальності. У цьому контексті з'являються неологізми на кшталт *"internaut"* (інтернет-космонавт, користувач з особливою «місією»), що є прикладом жанрового ігрового моделювання лексики з використанням інтертекстуальних посилань.

Підтвердженням цього є також висновки таких дослідників, як О. М. Ріба-Гринишин та Ю. Р. Котоус, які наголошують на прямому та постійному впливі інтернет-комунікації на англійську мову як глобальну комунікативну систему. Сучасна цифрова культура не лише модифікує мовленнєві практики, а й стає однією з рушійних сил мовної еволюції.

Таким чином, жанрово-стилістична структура інтернет-дискурсу не лише створює умови для активного функціонування мовних новацій, а й сама перетворюється на лабораторію їх виникнення. Залежно від жанру – чи то мікроблог, мем, подкаст, стрим або реакція – інноваційна лексика набуває специфічних рис, адаптуючись до стилістичного контексту, мети мовлення,

швидкості сприйняття і навіть очікуваного емоційного резонансу. Інтернет-дискурс, будучи гетерогенним за природою, виступає і водночас каталізатором, і дзеркалом тих процесів, що відбуваються в лексичній системі сучасної англійської мови.

1.3. Семантичні зміни як результат лексичних інновацій: генералізація, звуження, десемантизація, ресемантизація

У межах сучасного мовознавства спостерігається інтенсивний процес переосмислення значень слів, що активно розвивається під впливом технологічного прогресу, змін у способах комунікації, а також соціокультурних трансформацій, які відбуваються у глобалізованому світі. У результаті цього явища слова поступово або миттєво набувають нових значень, або ж їхні первісні значення втрачають актуальність чи зазнають значного зміщення. Зміна семантики окремої одиниці лексикону не є випадковою або хаотичною – навпаки, за цим процесом стоять певні закономірності, зокрема такі механізми, як генералізація та звуження значення. Ці явища мають тісний зв'язок із соціальними, культурними та технологічними обставинами, у яких функціонує мова, і саме тому набувають особливої ваги в контексті дослідження лексичних інновацій [74, с. 209].

Генералізація, або розширення значення слова, є процесом, у якому первинне, специфічне значення мовної одиниці поступово набуває ширшого смислового охоплення. В основі цього процесу лежить тенденція до спрощення і універсалізації мовного вираження в ситуаціях, коли з'являється потреба використовувати вже наявні одиниці для позначення нових або ширших понять. Сучасні реалії, зокрема цифровізація повсякдення, сприяють активізації генералізаційних процесів, оскільки мова змушена швидко адаптуватися до нових функцій і понять.

У багатьох випадках розширення значення відбувається тоді, коли лексема з вузькоспеціалізованим значенням починає вживатися для позначення більш

загального явища. Наприклад, слово *"mouse"*, яке раніше слугувало для позначення виключно дрібної тварини з роду гризунів, тепер також широко вживається в значенні комп'ютерного пристрою введення, і хоча нове значення не є тотожним розширенню у класичному сенсі, воно вказує на загальне явище – перенесення семи за формальними ознаками (розмір, форма, рухливість) [38, с. 167].

Розширення значення може відбуватися через регулярне вживання слова в різних контекстах, які спочатку не були притаманні йому, але згодом закріпилися у мовній свідомості як допустимі. Прикладом такого процесу є лексема *"platform"*, яка у своєму первинному значенні позначала фізичну підвищену поверхню, як-от залізничну платформу, але з поширенням цифрових технологій стала асоціюватися з віртуальними середовищами, де відбувається обмін контентом, комунікація або навіть бізнес-діяльність. У цьому випадку нове значення не заперечує старе, але поступово витісняє його з активного вжитку, водночас демонструючи, як семантична структура слова розростається внаслідок потреби в універсальному терміні для нових об'єктів.

Зміна смислових меж лексеми можлива через узагальнення професійного чи галузевого терміну, який починає функціонувати в загальному мовленні. Для прикладу, слово *"dashboard"*, яке виникло як технічний термін в автомобілебудуванні, нині активно використовується в цифровому середовищі – як позначення візуального інтерфейсу для управління даними, показниками чи налаштуваннями в різноманітних додатках. Вищезгаданий процес свідчить про розмиття меж між терміносистемами та загальноновживаною лексикою, що сприяє збагаченню мовного простору за рахунок більшої гнучкості вживання [7, с. 14].

На протилежному полюсі семантичних змін перебуває звуження значення, або семантичне стиснення, яке полягає в тому, що лексема втрачає частину свого початкового значення й починає функціонувати лише в обмеженому контексті або з більш конкретним значенням. Цей процес часто зумовлений потребою в точнішій диференціації понять або ж закріпленням лексеми в специфічній сфері, де її значення набуває виключної функції. Звуження значення часто є відповіддю

на зростання спеціалізації певної сфери діяльності або ж на уніфікацію мовлення в межах конкретної професійної або тематичної спільноти.

Звуження значення часто зумовлюється розвитком професійної або технічної термінології, у межах якої загальновживане слово починає функціонувати як спеціалізований термін. Зокрема, слово "*cell*", яке означало невелике приміщення або кімнату, нині активно використовується в біології для позначення структурної одиниці живого організму, а також у телекомунікаціях для позначення сегмента покриття мобільної мережі. З кожним новим контекстом вживання відбувається концентрація значення навколо певного домінантного уявлення, унаслідок чого слово функціонує вже не як універсальна одиниця, а як частина вузької терміносистеми [30, с. 94].

Зміна семантики в бік звуження може стосуватися емоційно-оцінних значень, коли нейтральна лексема набуває конкретного конотативного забарвлення і використовується в чітко обмежених комунікативних ситуаціях. Так, слово "*hacker*" спочатку позначало людину, яка вправно володіє комп'ютерним програмуванням і здатна вдосконалювати програмне забезпечення. Згодом, у масовій свідомості значення цього слова звузилося до позначення особи, яка незаконно проникає в комп'ютерні системи. Цей семантичний зсув відбувся через медіа-дискурс і публічне тлумачення інформаційних інцидентів, що спричинили перегляд колишньої нейтральної конотації.

Як у випадку генералізації, так і при звуженні значення, визначальним є контекст вживання, який задає смислову рамку й дозволяє визначити, яке значення стає релевантним у конкретній ситуації. Соціальні мережі, професійні платформи, розважальні сервіси, а також масова культура є ключовими каналами, через які нові значення закріплюються в мовній свідомості. Те саме слово може функціонувати як широке за значенням у побутовому мовленні, але водночас бути вкрай специфічним у професійному контексті. Наприклад, "*stream*" у контексті річки зберігає своє традиційне значення, тоді як у сфері

цифрових медіа слово означає передавання аудіо- чи відеоконтенту в режимі реального часу [44, с. 19].

Семантичні зрушення, спричинені генералізацією або звуженням, є проявом адаптивної здатності мови реагувати на зміну зовнішнього середовища та запити суспільства. Вони свідчать про гнучкість мовної системи, здатної не лише фіксувати нові реалії, а й надавати їм інтерпретаційного змісту, що актуалізується залежно від мовленнєвої ситуації. Певні процеси не є ізольованими – вони взаємодіють із дискурсивними практиками, нормами мовної поведінки, динамікою культури та розвитком технологій. У результаті формується складна система семантичних трансформацій, у межах якої нові слова та старі одиниці зі зміненим значенням створюють гнучку, багаторівневу мережу значень, що дозволяє сучасній англійській мові відповідати на виклики часу.

У процесі постійної адаптації мовної системи до нових реалій сучасного життя спостерігається явище десемантизації, яке полягає у втраті словом свого первинного лексичного значення або ж у його істотному зниженні. Зазначений процес не обов'язково має бути повністю завершеним, адже нерідко відбувається часткова десемантизація, коли зберігається лише загальний емоційний або структурний відтінок, тоді як змістове ядро розмивається. Найчастіше це явище спостерігається в контексті стереотипізованих мовних одиниць, жаргонізмів, повторюваних у певному соціальному чи медіа-дискурсі. Ізольоване від реального семантичного наповнення слово починає функціонувати як механічний елемент комунікації, емоційний маркер або ритуальна формула [38, с. 168].

Поширеною формою десемантизації є перехід слів у категорію службових елементів мови, зокрема вигуків, маркерів мовленнєвих актів або мовних кліше. У сучасній англійській мові помітно, що слова з початково виразним лексичним змістом поступово втрачають свою семантичну насиченість через надмірне або часте використання в окремих контекстах. Для прикладу, *"literally"* часто вживається не для позначення чогось буквального, а як підсилювач емоцій: *"I*

literally died laughing" [96]. Це вживання вже майже не пов'язується із його оригінальним значенням «буквально», а натомість сигналізує інтенсивність переживання. Унаслідок цього слово починає функціонувати у мовленні за новими правилами, де його семантика не є релевантною з огляду на первісну дефініцію [74, с. 210].

Процес десемантизації нерідко простежується в сфері інтернет-комунікації, де швидкість обміну інформацією та потреба у стислій експресивності стимулюють активне використання знеособлених мовних елементів. Такі слова, як *"lol"* чи *"omg"*, із часом втрачають первинне емоційне навантаження і починають функціонувати як маркери належності до цифрової культури, а не як справжнє відображення емоційного стану. У цьому сенсі десемантизація виступає як адаптивна стратегія, що дозволяє знизити когнітивне навантаження на мовця й водночас підтримати ритуалізований характер мовленнєвого акту в певному середовищі.

Десемантизація може супроводжуватися функціональною переорієнтацією слова, коли воно використовується для сигналізації про тип дискурсу, до якого належить повідомлення. Зокрема, слово *"like"* у молодіжному жаргоні набуває ролі дискурсивного маркера, як у вислові: *And I was like, "What?"* – де воно не має жодного зв'язку з симпатією або уподобанням. Його функція – не передати лексичне значення, а структурувати мовлення, вказуючи на початок цитати або на емоційний поворот у розповіді. Втрата денотативного значення супроводжується зміцненням прагматичної функції, що також є характерною рисою десемантизації у межах новітніх комунікативних практик [19, с. 28].

На противагу цьому, ресемантизація охоплює процеси, в яких слова або вирази отримують нове лексичне наповнення внаслідок зміни комунікативних обставин, культурних трендів або соціальних зрушень. Це не просто переформатування значення, а глибоке оновлення семантичної структури, яке може охоплювати як переосмислення вже наявних елементів, так і інтеграцію нових когнітивних ознак у слово. Часто цей процес виникає як реакція на появу

нових реалій, що не можуть бути точно описані за допомогою традиційного словника. Тоді носії мови беруть уже наявне слово і перепризначають його у новому контексті [53, с. 157].

Яскравим прикладом ресемантизації є слово "*virus*", яке донедавна мало переважно медичне значення і пов'язувалося з біологічними інфекціями. У цифрову епоху воно зазнало глибокого переосмислення і стало позначенням шкідливого програмного забезпечення. Це нове значення не є метафоричним, а цілком автономним, оскільки сформувало власну систему асоціацій, класифікацій і фахових термінів: "*computer virus*", "*malware*", "*trojan*". Схоже переосмислення повністю інтегрувалося у професійне й побутове мовлення, створивши паралельний пласт лексичного розуміння [53, с. 158].

У цифровому середовищі ресемантизація часто спирається на механізм переакцентування, коли звичне слово отримує нове значення через зміну фокусу уваги на його вторинні або маргінальні асоціації. Слово "*keyboard warrior*", наприклад, не має нічого спільного з воїном у буквальному значенні, однак через метафоричну активізацію «воїнського» образу й поєднання його з діяльністю в інтернеті сформувалося нове значення – людина, яка демонструє агресивність лише в онлайн-просторі. У цьому випадку ресемантизація постає як механізм адаптації до соціальних феноменів, які раніше не потребували словесного опису, але тепер стали частиною повсякденного дискурсу.

Не менш цікавим прикладом є трансформація значення слова "*tea*", яке, зберігаючи своє пряме значення напою, в певних дискурсах молодіжної культури починає позначати «цікаву інформацію», «плітки» або «інтригу». Вислів "*spill the tea*" вже не викликає асоціацій з напоями, а слугує закликком поділитися чимось сенсаційним. Це свідчить про те, що ресемантизація не завжди має інституційне або термінологічне походження, а часто виникає як органічна реакція на потребу окреслити емоційно забарвлену або соціально значущу ситуацію новими мовними засобами.

Обидва процеси – десемантизація й ресемантизація – засвідчують високу адаптивність лексичної системи англійської мови до змін у комунікативних

практиках, медіа середовищі та соціальних уявленнях. Вони відображають складну динаміку значення, яка не піддається фіксації в межах сталих тлумачень, а постійно оновлюється відповідно до контексту вживання, цілей комунікації та особливостей аудиторії. У сучасному мовному просторі саме ці механізми становлять основу лексичних інновацій, що поступово змінюють картину світу, закладену в мові [13, с. 41].

Отже, семантичні зміни виступають логічним наслідком активного функціонування лексичних інновацій у мовній системі. У процесі мовного розвитку відбувається як розширення значення слова (генералізація), так і його звуження відповідно до нових контекстів вживання. Зміщення семантики може сягати крайніх форм – часткової або повної втрати початкового значення (десемантизації) або ж формування нового, іноді неочікуваного смислового наповнення (ресемантизації). Зазначені трансформації не є випадковими, а зумовлюються потребами комунікації, що постійно еволюціонує разом із суспільством.

1.4. Механізми утворення метафор і метонімії у процесі неологізації

Формування нових слів у сучасній англійській мові багато в чому відбувається завдяки метафоричним механізмам, що забезпечують семантичне оновлення лексики. У межах цього процесу метафора виступає не лише мовним, а передусім когнітивним інструментом, що дозволяє говорити про нові явища, поняття або процеси через призму уже засвоєних уявлень, зокрема візуальних, функціональних або емоційно забарвлених. Метафоризація ґрунтується на здатності людини осмислювати абстрактне через конкретне, а незнайоме – через знайоме, отже, вона виконує функцію когнітивного «містка», що пов'язує різні домени людського досвіду у цілісну комунікативну картину світу [10, с. 413].

Механізм метафоричного перенесення є одним із найбільш продуктивних у неологізації, оскільки дозволяє створювати нові лексичні одиниці на базі вже наявних слів, наділяючи їх додатковим змістом без повного руйнування

попередньої семантичної структури. У багатьох випадках це перенос значення відбувається за аналогією – спираючись на спільність зовнішніх характеристик, динаміки, форми або функції. Наприклад, у цифровому середовищі широкого вжитку набуло слово *"cloud"*, що первинно означає природне атмосферне явище, пов'язане з накопиченням вологи в небі. Проте в межах ІТ-дискурсу *"cloud"* почало означати віртуальний простір для зберігання даних, утворюючи при цьому цілу низку складених термінів – *"cloud computing"*, *"cloud storage"*, *"cloud services"*. Метафоричне перенесення ґрунтується тут на подібності між реальним хмарним скупченням, яке є легким, непостійним і невидимим, і віртуальною структурою, що існує поза фізичною присутністю користувача [10, с. 414].

Метафоризація може опиратися на емоційне або асоціативне сприйняття, що надає новому слову не лише інформативного, а й експресивного забарвлення. У сучасному молодіжному жаргоні слово *"toxic"* почало позначати не лише речовину з отруйними властивостями, а й поведінку, що емоційно «отрує» людину, її стан або стосунки. Цей процес семантичного розширення засвідчує, як метафоричне мислення дозволяє трансформувати фізичну властивість на поведінкову характеристику, створюючи нові способи соціального маркування й оцінювання [10, с. 414].

Поява нових слів унаслідок метафоризації не обмежується лише фаховими або академічними дискурсами. Медіапростір, соціальні мережі та повсякденне спілкування активно продукують неологізми, що засновані на образних перенесеннях. Так, поняття *"echo chamber"* (буквально «ехо-камера») означає інформаційне середовище, у якому людина чує переважно ті думки, які вже поділяє. Первісне значення терміна пов'язане з фізичним простором, у якому звук відбивається і повертається назад. У метафоричному вживанні цей термін набуває соціально-психологічного значення, описуючи ситуацію замкненості на власних переконаннях і небажання чути альтернативну думку.

Семантичне оновлення через метафору також охоплює сферу технологій і взаємодії з ними. Наприклад, термін *"surfing"* у контексті Інтернету означає процес переміщення між вебсайтами або безцільного перегляду онлайн-

контенту. У традиційному значенні *"surfing"* асоціюється зі спортивним заняттям, пов'язаним із рухом по хвилях на дошці. У цифровому вживанні «хвилі» замінюються «інформаційним потоком», тоді як користувач стає метафоричним «серфером», який переміщується у віртуальному просторі. Описаний перенос формує нову модель поведінки у середовищі, що виникло значно пізніше за саму лексему [41, с. 118].

Інший приклад – слово *"cookies"*, яке у кулінарному контексті означає солодке печиво, а в інтернеті – невеликі текстові файли, що зберігають дані користувача на вебсайтах. Метафоризація тут полягає у трансформації поняття маленького і солодкого об'єкта у щось невидиме, але також «дрібне» і присутнє в індивідуальному користувацькому досвіді.

У межах метафоризації активно функціонують не лише іменники, а й дієслова, що зазнають семантичного розширення або зміщення. Так, дієслово *"to freeze"*, яке зазвичай позначає перехід речовини в твердий стан через охолодження, стало вживаним у значенні тимчасового припинення діяльності або блокування – *"to freeze an account"*, *"to freeze a project"* [98]. Значення «застиглості» або знерухомлення переноситься на соціальні, фінансові або адміністративні процеси, зберігаючи базову асоціацію, але в новому контексті. Дієслово *"to stream"*, первісно пов'язане з текучістю рідини (порівн. *a stream* – струмок), використовується тепер у значенні трансляції відео або аудіо в режимі реального часу, при цьому зберігається метафорична ідея «потoku» інформації, яка безперервно рухається до споживача [6, с. 35].

Семантичні інновації, пов'язані з метафоризацією, сприяють не лише оновленню словника, а й ускладненню системи значень, адже одне слово може одночасно існувати в кількох семантичних площинах. Зокрема, слово *"crash"* у первісному значенні вказує на зіткнення або катастрофу. В новому технічному контексті *"crash"* означає раптову зупинку програми або системи. Ідея «зламу», «краху» переноситься на віртуальну подію, зберігаючи образ руйнування і непередбачуваності. Схоже використання слова фіксує нову реальність, у якій поняття фізичного краху використовується для опису програмного збою.

У процесі неологізації метонімізація виступає суттєвим механізмом скорочення смислу, який базується не на подібності об'єктів, а на їхньому реальному взаємозв'язку в просторі, часі чи функції. На відміну від метафори, що переносить ознаку за принципом аналогії, метонімія виникає через контекстуальну суміжність явищ, що дозволяє у комунікації замінити складні, багатокomпонентні конструкції єдиним виразом або словом. Зазначений процес сприяє прагматичному спрощенню інформаційного обсягу і полегшує сприйняття тексту, зберігаючи при цьому його змістову насиченість і точність. Метонімізація у сфері мовної інновації особливо продуктивна тоді, коли необхідно швидко й економно передати комплексні концепти, пов'язані з новими реаліями соціального, економічного чи культурного життя [23].

Сутність механізму метонімізації полягає у перенесенні назви з одного об'єкта на інший за умови існування між ними певного зв'язку: просторового, функціонального, часово-послідовного або причинно-наслідкового. Це перенесення може проявлятися у різних формах, зокрема в заміні місця дією, об'єкта його частиною, людини її творінням або установи виконуваною функцією [23]. У сучасній англійській мові цей процес активно сприяє появі неологізмів, які швидко закріплюються у вжитку завдяки своїй компактності й асоціативній насиченості. Зокрема, у вживанні словосполучення *"Wall Street"* фіксується метонімічне розширення значення: первинна топонімічна назва трансформувалася у позначення фінансового сектору Сполучених Штатів загалом, а отже, назва місця стала символом певної економічної діяльності. У цьому випадку економія мовних засобів очевидна: складне поняття великої системи економічних процесів замінюється короткою і зрозумілою одиницею мовлення.

Метонімізація проявляється у процесі позначення продукту через його творця або бренду через конкретний продукт. Прикладом такого механізму може бути вживання слова *"Google"* у значенні не лише назви компанії, а й самого процесу пошуку інформації в Інтернеті. Перенесення відбувається на основі функціональної суміжності: компанія створила пошукову систему, яка стала

настільки популярною, що її ім'я почало репрезентувати саму дію пошуку. Таким чином, мовна економія тут досягається через прагматичне скорочення багатокomпонентного опису («шукати інформацію в мережі») до одного дієслова ("to google"). Це зумовлює не лише появу нових лексичних одиниць, а й зміну граматичних характеристик – іменник трансформується у дієслово, що ілюструє високу гнучкість англійської мови в процесі неологізації.

У сфері медіа й публіцистики метонімічне скорочення смислу використовується для створення ємних назв подій, процесів або цілих періодів історії. Так, вираз "*Brexit*" став метонімічним позначенням виходу Великої Британії з Європейського Союзу. Первісно це штучно утворене слово є скороченням від "*British exit*", однак завдяки прагматичному спрощенню воно отримало власне життя в мові, позначаючи не тільки конкретний політичний процес, а й весь комплекс змін, пов'язаних із ним: економічні наслідки, соціальні трансформації, дипломатичні зрушення. Така форма мовної інновації демонструє, як за допомогою мінімальних засобів можна закодувати велику кількість змісту, що сприяє оперативній комунікації та активному використанню терміна у публічному просторі [16, с. 46].

Особливістю метонімізації в сучасній англійській мові є її здатність швидко адаптуватися до нових сфер життя, віддзеркалюючи як глобальні суспільні процеси, так і локальні культурні зміни. Зокрема, у сфері культури широко поширене вживання назв художніх творів або персонажів замість опису цілих феноменів. Наприклад, ім'я "*Sherlock*" часто використовується для позначення людини з розвиненим аналітичним мисленням, що є результатом перенесення властивостей персонажа на реальних осіб за функціональним принципом. Зазначені метонімічні процеси є свідченням не тільки динаміки мовних змін, а й творчого потенціалу мовців у відтворенні нових реалій життя засобами лексичної економії та смислової насиченості [48, с. 169-170].

У результаті прагматичного скорочення смислу через метонімізацію сучасна англійська мова отримує потужний інструмент не лише для збагачення словникового складу, а й для підвищення комунікативної ефективності.

Приклади на кшталт *"The White House"* у значенні «адміністрація президента США» чи *"Hollywood"* як позначення кіноіндустрії засвідчують, що за допомогою метонімії можна репрезентувати цілі системи або складні поняття кількома літерами чи звуками. Ця тенденція особливо посилюється в умовах прискореної комунікації у соціальних мережах, де економія мовних ресурсів і водночас збереження багатшаровості змісту стають основними вимогами до лінгвістичного інструментарію [17, с. 12].

Аналізуючи механізм метонімізації як результат прагматичного скорочення смислу, варто зазначити, що цей процес значною мірою забезпечує збалансованість між експресивністю та точністю мовного висловлення. Саме завдяки метонімії мовці отримують можливість передавати комплексні уявлення та поняття швидко, лаконічно і водночас досить глибоко. Нові метонімічні неологізми набувають популярності в контексті розмовної практики, журналістики, політичного дискурсу, де потрібна максимальна насиченість висловлювань при мінімальному обсязі мовного матеріалу. У результаті мова залишається живою, гнучкою та адекватною викликам сучасного світу.

Отже, механізми утворення метафор і метонімії у процесі неологізації ґрунтуються на різних, але взаємодоповнювальних когнітивних стратегіях, що відображають способи осмислення мовцями нових реалій та їхнього прагнення до концептуальної економії. Метафоризація передбачає встановлення аналогій між віддаленими концептами та перенесення найменування за подібністю форми, функції, емоційного забарвлення або оцінки. У результаті виникають лексеми, які не лише позначають нове явище, а й формують образне сприйняття відповідного концепту, забезпечуючи його легше запам'ятовування та інтерпретацію. Метафоричні неологізми часто виконують експресивну та комунікативно-прагматичну функції, додаючи мові оцінності та емоційності.

Метонімізація, своєю чергою, базується на внутрішніх, реальних зв'язках між об'єктами, процесами або явищами – просторових, причинно-наслідкових, функціональних чи частково-цілісних. Такі неологізми виникають унаслідок перенесення найменування за суміжністю й відзначаються більшою логічністю

та семантичною прозорістю. Вони слугують засобом номінації нових понять на основі їхнього зв'язку з уже відомими елементами, що робить процес освоєння нових лексичних одиниць швидшим та інтуїтивнішим.

Попри різні механізми, обидва процеси виконують спільну функцію – сприяють створенню нових лексичних одиниць, які відзначаються економністю, образністю та динамічністю. Метафоричні та метонімічні моделі дозволяють мові оперативно реагувати на зміни в соціальній, культурній, науковій чи технологічній сферах, забезпечуючи ефективне поповнення словникового складу. Саме завдяки цим когнітивним стратегіям неологізми набувають високої комунікативної цінності, адже здатні стисло, але виразно відобразити нові явища сучасності.

Висновки до розділу 1

Перший розділ було присвячено аналізу теоретичних засад дослідження лексичних інновацій у сучасній англійській мові.

Зокрема, визначено, що мовні інновації в сучасній англійській мові є важливим чинником розвитку лексичної системи та відображенням динамічних змін у суспільстві. Неологізми, семантичні трансформації і запозичення виступають основними шляхами поповнення словникового складу, кожен із яких має свої особливості та механізми утворення. Вони допомагають мові реагувати на нові реалії, технологічні зміни й культурні процеси, забезпечуючи її гнучкість та адаптивність.

Кожен із розглянутих типів мовних інновацій виконує специфічні функції: неологізми найчастіше позначають нові явища, семантична трансформація сприяє вираженню групової ідентичності, а запозичення демонструють взаємодію мов і культур. Різноманітність шляхів оновлення лексики свідчить про живий характер англійської мови й підтверджує її здатність збагачуватися, зберігаючи водночас власну цілісність. Вивчення мовних інновацій дає змогу глибше зрозуміти процеси, що лежать в основі розвитку сучасної комунікації.

Жанрово-стилістична структура інтернет-дискурсу не лише створює умови для активного функціонування мовних новацій, а й сама перетворюється на лабораторію їх виникнення. Залежно від жанру – чи то мікроблог, мем, подкаст, стрим або реакція – інноваційна лексика набуває специфічних рис, адаптуючись до стилістичного контексту, мети мовлення, швидкості сприйняття і навіть очікуваного емоційного резонансу. Інтернет-дискурс, будучи гетерогенним за природою, виступає і водночас каталізатором, і дзеркалом тих процесів, що відбуваються в лексичній системі сучасної англійської мови.

Семантичні зміни виступають логічним наслідком активного функціонування лексичних інновацій у мовній системі. У процесі мовного розвитку відбувається як розширення значення слова (генералізація), так і його звуження відповідно до нових контекстів вживання. Зміщення семантики може сягати крайніх форм – часткової або повної втрати початкового значення (десемантизації) або ж формування нового, іноді неочікуваного смислового наповнення (ресемантизації). Зазначені трансформації не є випадковими, а зумовлюються потребами комунікації, що постійно еволюціонує разом із суспільством.

Механізми утворення метафор і метонімії у процесі неологізації ґрунтуються на різних, але взаємодоповнювальних когнітивних стратегіях, що відображають способи осмислення мовцями нових реалій та їхнього прагнення до концептуальної економії.

РОЗДІЛ 2

ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ

2.1. Джерела емпіричного матеріалу: Instagram, Twitter, Facebook

Сучасний світ переживає стрімкий розвиток цифрових технологій та комунікацій, які стали невід'ємною частиною повсякденного життя. Одним із найвпливовіших елементів цифрової революції, що об'єднує мільйони користувачів по всьому світу, є соціальні мережі. Зростання їхньої популярності мало значний вплив не лише на соціальну взаємодію, але й на лінгвістичні характеристики багатьох культур, зокрема англомовних. Англійська мова, як глобальна мова спілкування, дуже схильна до змін, що спричинені соціальними мережами.

Сучасні лексичні зміни в англійській мові виконують низку важливих ролей: адаптація до нових реалій та технологій, швидка та ефективна комунікація, поширення культурних та соціальних тенденцій, взаємодія з міжнародним контекстом, мовні інновації та розвиток, а також вплив на традиційну мову. Однак нові лексичні одиниці можуть швидко втратити актуальність чи значення, або ж залишатися в лексиконі та продовжувати використовуватися, хоча їхнє початкове значення може дещо змінитися. Сучасна цифрова культура не лише змінює комунікативні практики, але й стає невід'ємною частиною мовної еволюції [33, с. 38].

Інтернет-дискурс – це процес створення тексту в поєднанні з практичними, соціокультурними, психологічними умовами, що включають людське спілкування та когнітивні процеси. Інтернет зараз відіграє значну роль у житті суспільства, і можна зазначити, що 3-4 роки тому таке мовлення було тісно пов'язане з віковою групою (молодь та юнацтво), соціальним класом (студенти, домогосподарки) та статтю, то зараз нехарактерно що користувачі мережі, які є активними учасниками різних інтернет-дискурсів, не є абсолютно різними

віковими та соціальними групами. Інтернет сьогодні відіграє вагомую роль у житті сучасного суспільства. Якщо ще 3–4 роки тому використання інтернет-мовлення тісно пов'язувалося з певними віковими групами (переважно молоддю та юнацтвом), соціальними верствами (студенти, домогосподарки) і навіть статтю, то нині можна констатувати, що активні користувачі мережі, які беруть участь у різних видах інтернет-дискурсу, належать до широкого кола вікових і соціальних груп. Штучно створене, віртуальне мовлення служить не лише технічним каналом зв'язку, подібно до телефону, але, по суті, є новим середовищем спілкування, в якому співрозмовники можуть бути незнайомцями, але й мати прямий та різноманітний комунікативний вплив. Саме тому віртуальне мовлення набуває багатьох унікальних рис, оскільки містить мовленнєві особливості загалом [44, с. 100].

У сучасному комунікативному середовищі соціальні мережі відіграють надзвичайно важливу роль у формуванні, трансформації та поширенні нових лексичних одиниць. Вони стали не лише засобами обміну інформацією, а й активними майданчиками для мовної творчості, де лексика постійно оновлюється відповідно до нових соціокультурних реалій, технологічних змін і глобальних комунікативних практик. Інтернет-простір, зокрема такі платформи як Instagram, Twitter (X) та Facebook, функціонує як потужний механізм мовної динаміки, де неологізми й лексичні інновації не лише виникають, а й оперативно адаптуються до потреб користувачів, активно входячи в ужиток масової аудиторії.

Кожна з означених платформ має свої характерні особливості мовленнєвого оформлення, що безпосередньо впливає на формування та поширення лексичних інновацій. Twitter, із його лімітованим обсягом повідомлень, стимулює створення коротких, лаконічних, часто емоційно насичених висловлювань, у яких широко використовуються аббревіатури, акроніми, сленг, емодзі та хештеги. У свою чергу, Instagram поєднує візуальний і текстовий контент, формуючи унікальний комунікативний стиль, де вербальний компонент часто підпорядкований візуальному, але водночас

активно генерує нові мовні конструкції у форматі підписів, коментарів, мемів і трендових виразів. Facebook надає можливість публікації розгорнутих текстів, ведення дискусій і коментарів, що сприяє більш глибокому контекстуальному вживанню лексичних інновацій та їх закріпленню в різних соціально-комунікативних групах.

Така варіативність, зумовлена особливостями платформи дозволяє дослідникам мови простежити широкий спектр лексичних новотворів – від ситуативних, тимчасових утворень до стійких одиниць, що згодом можуть бути зафіксовані в словниках або адаптовані до літературної мови. Крім того, аналіз функціонування неологізмів у контексті соціальних мереж дає змогу глибше зрозуміти механізми сучасного мовного кодування, динаміку мовної норми, а також вплив цифрового середовища на мовну картину світу користувачів.

Дослідники О. М. Ріба-Гринишин та Ю. Р. Котоус дійшли висновку, що англійська мова зазнала прямого та сильного впливу онлайн-комунікації. І цей процес постійно та безперервно розширюється [64].

Отже, соціальні мережі – Instagram, Twitter (X), Facebook – виступають ключовими джерелами емпіричного матеріалу для аналізу лексичних інновацій у сучасному інтернет-дискурсі. Вони є не лише платформами для комунікації, а й осередками мовної динаміки, де відбувається активне формування нових лексичних одиниць, адаптація мови до актуальних соціальних, культурних та технологічних реалій.

Кожна з платформ має власну мовностилістичну специфіку, що впливає на характер лексичних новотворів: Twitter сприяє утворенню коротких, виразних та інформативних одиниць завдяки обмеженню символів; Instagram формує лексичні інновації в контексті візуально-вербального контенту; Facebook забезпечує гнучкість у використанні мови через розлогі тексти, коментарі та дискусії.

Завдяки цьому є змога простежити широкий спектр лексичних інновацій – від ситуативних неологізмів до сталих елементів мови, що мають потенціал до словникової фіксації. Інтернет-комунікація вже не обмежується окремими

віковими або соціальними групами, а охоплює всю мовну спільноту, що лише підсилює її вплив на лексичну систему мови.

Підтвердженням цього є також висновки таких дослідників, як О. М. Ріба-Гринишин та Ю. Р. Котоус, які наголошують на прямому та постійному впливі онлайн-комунікації на англійську мову як глобальну комунікативну систему. Сучасна цифрова культура не лише модифікує мовленнєві практики, а й стає однією з рушійних сил мовної еволюції.

2.2. Аналіз неологізмів з точки зору семантичних процесів

У сучасну цифрову епоху інтернет-простір став не лише середовищем комунікації, а й потужним каталізатором мовних змін, зокрема у сфері лексики. Саме онлайн-комунікація – швидка, візуалізована, інтернаціоналізована – створює сприятливі умови для появи нових лексичних одиниць, які не лише задовольняють потреби користувачів у новому мовному позначенні реалій, а й активно трансформують мовну норму. Соціальні мережі, як провідний сегмент цифрового дискурсу, відіграють у цьому процесі ключову роль, оскільки саме вони забезпечують миттєве поширення, актуалізацію та закріплення лексичних новотворів у мовному вжитку.

Особливий внесок у формування метафоризованих неологізмів робить телескопія (або "*blending*") – спосіб творення нових слів шляхом поєднання елементів двох або більше лексем. Наприклад, слова "*netiquette*" (мережевий етикет), "*webinar*" (онлайн-семінар), "*netizen*" (громадянин мережі), "*infomania*" (інформаційна залежність) поєднують у собі знайомі елементи та створюють нові смислові одиниці з чітким метафоричним забарвленням [50].

Досить часто неологізми в інтернет-комунікації є дієслівними формами, які запозичуються з англійської або утворюються на її основі. Такі дієслова, як «крашнути», «зашеймити», «флексити», «тролити», відображають образні дії, що метафорично співвідносяться з поведінкою в онлайн-просторі. Наприклад, «крашнути» – це метафора емоційного падіння або захоплення, «зашеймити» –

публічне приниження як мовне «*побиття*», «*тролити*» – провокація, подібна до «*рибалки на наживку*», коли користувач цілеспрямовано викликає негативну реакцію [25].

Інтернет-дискурс також продукує метафори, пов'язані з емоційними станами, зокрема неологізми "*ghosting*" (раптове припинення комунікації), "*FOMO*" (страх упустити щось важливе), "*gloatgram*" (пост хизування у соцмережах), "*geobragging*" (хвастощі геолокацією) тощо. Наприклад, термін "*ghosting*" походить від слова "*ghost*" – привид, і метафорично описує зникнення користувача без пояснень. У соціальних мережах цей термін часто несе емпатійне навантаження, позначаючи психологічний дискомфорт, який переживає людина, що зазнала такого ставлення.

Метафори також проникають у сферу романтичних взаємин, трансформуючи культурні фрейми. Так, бейсбольна метафора "*relationship bases*", яка символізує рівні близькості в стосунках, в інтернет-середовищі переосмислюється з іронічним забарвленням. Наприклад, "*first base*" – листування, "*second base*" – розповідь друзям, "*third base*" – "*ghosting*", що демонструє зміну комунікативних норм в епоху цифрових відносин [42].

Разом із метафоризацією в інтернет-дискурсі активно відбуваються процеси генералізації (розширення значення) та звуження значення. Слово «*лайкати*», що первинно означало «*натискати кнопку Like*», нині вживається для позначення схвалення у ширшому значенні – як онлайн, так і офлайн.

Звуження значення, натомість, проявляється у випадках, коли слово, маючи широку первинну семантику, починає використовуватись виключно в межах певного цифрового контексту. Наприклад, слово «*профіль*» сьогодні сприймається майже виключно як сторінка в соціальній мережі, хоча раніше воно означало коротку біографію, зображення збоку або технічний розріз. Аналогічно, прикметник вірусний "*viral*", що раніше належав виключно до біологічної сфери, нині використовується переважно у значенні «*той, що швидко поширюється в інтернеті*».

Окрема група неологізмів формується на базі слова «селфі». Генералізація цього терміна призвела до виникнення таких похідних слів, як *"foodfie"* (селфі з їжею), *"relfie"* або *"couplie"* (селфі з партнером), *"shelfie"* (селфі з полицею або її вмістом), *"felfie"* (сімейне селфі), *"groupfie"* або *"ussie"* (групове селфі). Ці слова ілюструють, як базовий термін розширюється й адаптується до нових життєвих ситуацій завдяки метафоричному потенціалу та комунікативній доцільності.

Інші приклади неологізмів – *"photobomb"* (навмисне зіпсувати кадр), *"hashtag"* (позначити хештегом), *"facebook"* як дієслово, що може означати публікацію, повідомлення чи просто перебування в мережі, – свідчать про динамічність лексичної системи та її здатність до семантичної трансформації. Більше того, словотвірні моделі *"blending"* сприяють формуванню ще більшої кількості неологізмів, як-от *"instafamous"* (популярний у Instagram), *"tweetup"* (зустріч користувачів Twitter), *"twitterati"* (еліта користувачів Twitter), які швидко стають впізнаваними завдяки своїй зрозумілій структурі та актуальному змісту [94].

У сучасній лінгвістиці класифікація неологізмів не може бути довільною чи базуватися лише на інтуїтивних уявленнях дослідника, оскільки нові лексичні одиниці функціонують як відображення мовної, когнітивної та соціокультурної динаміки. Тому виокремлення груп неологізмів повинно спиратися на теоретичні засади неологізації, семантичні механізми творення, прагматичні характеристики та емпіричні дані про реальне мовлення.

По - перше, при формуванні класифікації враховано основні принципи утворення неологізмів, описані у працях із когнітивної дериватології та морфологічної інновації (словоскладання, контамінація, семантичне розширення, метафора та метонімія як провідні механізми смислотворення). Бленди як окремий різновид морфологічних інновацій поєднують елементи двох основ і завдяки цьому часто передають комплексні, багатовимірні поняття. Це робить їх придатними для класифікації за семантичними полями, які вони відображають.

По - друге, важливо враховувати прагматичні та дискурсивні особливості неологізмів, оскільки їхня поява нерідко пов'язана з комунікативними потребами мовців: позначити новий соціальний феномен, передати іронічно-оцінне ставлення, забезпечити мовну економію або назвати явище, що раніше не мало окремої назви. Саме прагматичні функції визначають семантичний напрямок інновацій та дозволяють групувати їх за домінантними сферами людської діяльності.

По - третє, запропонована класифікація спирається на емпіричний аналіз мовного матеріалу, здійснений шляхом відбору та опрацювання певного масиву неологізмів у цифровому дискурсі. Зокрема, було проаналізовано приблизно 70 нових лексичних одиниць, зафіксованих у соціальних мережах Twitter, Facebook та Instagram, а також у корпусних матеріалах сучасної англійської мови. Це дозволило простежити реальні тенденції словотворення у природному мовленні та виявити тематичні зони, у межах яких спостерігається особливо активне виникнення блендів.

По - четверте, класифікація має і практичну, і теоретичну мету. З наукової точки зору, систематизація неологізмів сприяє глибшому розумінню структурних і семантичних закономірностей словотворення. З прикладної точки зору, така кваліфікація може бути корисною для подальших студій у галузі лексикографії, комп'ютерної лінгвістики, семантики та викладання англійської мови. Чітке групування неологізмів за семантичними полями спрощує їхній аналіз, виявлення моделей творення та прогнозування майбутніх тенденцій у розвитку словникового складу.

Таким чином, спираючись на теоретичні засади неологізації та когнітивно-семантичного словотворення, метафоричні та метонімічні механізми утворення блендів, прагматичні характеристики мовних інновацій, а також результати аналізу корпусних і цифрових джерел, з метою подальшого вивчення неологізмів в академічних дисциплінах можемо навести системну класифікацію неологізмів, яка відображає їхню функціонально-семантичну різноманітність та типові сфери сучасної комунікації:

1. Група емоційних та фізіологічних станів. До цієї категорії належать бленди, що називають специфічні емоційні, психофізичні або тілесні стани, які раніше не мали усталених номінацій. Вони виникають як реакція на потребу мовців більш точно й економно описувати складні або змішані емоційні переживання.

Приклад: *hangry* (*hungry* + *angry*) – негативний емоційний стан, спричинений голодом.

Такі одиниці відображають прагнення сучасних мовців фіксувати нюансовані психологічні стани та підкреслювати причинно-наслідковий зв'язок між фізіологією та емоціями.

2. Група мовленнєвої поведінки та соціальних характеристик комунікантів. Сюди входять неологізми, що називають типові або девіантні моделі комунікації, а також мовленнєві чи соціально-поведінкові ролі учасників спілкування.

Приклади: *nonversation* (*non* + *conversation*) – розмова, позбавлена змістовності; *askhole* (*ask* + *asshole*) – людина, яка просить поради, але ігнорує її.

Такі лексеми виконують оцінну, часто іронічну функцію й дозволяють точно окреслювати соціальні типи, моделі поведінки та взаємодії.

3. Група цифрової комунікації та цифрової поведінки. Цю групу становлять бленди, що виникають під впливом цифрового середовища та пов'язані з особливостями онлайн-взаємодії, поведінковими патернами в інтернеті або новими психологічними станами, спричиненими інформаційними технологіями.

Приклад: *textpeptation* (*text* + *expectation*) – очікування відповіді на повідомлення.

Такі неологізми відображають становлення нових соціальних практик, характерних для епохи постійної цифрової комунікації.

4. Група наукової, професійної та академічної діяльності. До цієї категорії належать бленди, що позначають продукти інтелектуальної праці, професійні явища або спеціалізовані одиниці в науковому дискурсі.

Приклад: *journicle* (*journal* + *article*) – стаття в науковому журналі.

Подібні лексеми демонструють прагнення до мовної економії, стандартизації та компактності термінів у професійних контекстах.

5. Група кулінарії та повсякденних практик. Ця група охоплює неологізми, що позначають харчові звички, види прийому їжі або нові кулінарні концепти, пов'язані зі змінами в способі життя.

Приклад: *brunch* (*breakfast* + *lunch*) – прийом їжі між сніданком та обідом.

Бленди цього типу нерідко виникають унаслідок соціокультурних трансформацій, урбанізації та появи нових звичок повсякденного життя.

6. Група естетичних, побутових та lifestyle-явищ. До цієї категорії входять неологізми, що називають тренди у сфері моди, стилю, дизайну або побутових практик.

Приклад: *comfury* (*comfort* + *luxury*) – стиль одягу, що поєднує комфорт і презентабельність.

Такі лексеми відображають нові естетичні норми, стилістичні тенденції та ціннісні орієнтири сучасного суспільства.

Отже, телескопія, генералізація і звуження значення є ключовими семантичними процесами в інтернет-дискурсі. Вони не лише оновлюють лексичний склад мови, а й сприяють формуванню нових культурних норм комунікації. Інтернет як простір швидких змін і креативної взаємодії постійно стимулює виникнення нових слів, які не тільки позначають нові явища, а й допомагають осмислити їх через знайомі образи, що є особливо важливим для когнітивної адаптації в інформаційну епоху.

2.3. Метафоризація неологізмів в інтернет-дискурсі

У цифрову добу інтернет-дискурс став потужним середовищем для появи мовних новотворів, більшість з яких формуються через метафоризацію. Цей процес полягає в перенесенні значення одного об'єкта або явища на інше на основі подібності, часто – концептуальної або функціональної. Нові слова виникають не лише як результат науково-технічного прогресу чи культурної

глобалізації, а й завдяки здатності мови осмислювати нові реалії через уже знайомі образи.

Концептуальна метафора допомагає розпізнавати та трактувати неологізми, тому що саме через метафоричне перенесення мовці пояснюють нові явища за допомогою вже знайомих понять. Багато неологізмів ґрунтуються на проєкції однієї концептуальної сфери на іншу (наприклад, інформація як рідина, технологія як помічник), тому аналіз метафори дає змогу виявити джерело образу, зрозуміти внутрішню логіку нового слова та пояснити, чому воно має таке значення. Метафора також відображає культурні та когнітивні моделі мовців, завдяки чому стає інструментом тлумачення й систематизації неологізмів.

У лінгвістиці існують два підходи до аналізу метафори: традиційний, де вона розглядається як стилістичний троп, та когнітивний, де метафора є механізмом мислення і базою творення нових значень. Саме когнітивний підхід найефективніший для розуміння природи неологізмів.

Поява лексичних неологізмів у цифровому середовищі зумовлена потребою називати об'єкти, явища та дії, які раніше не існували. Наприклад, слова "*смартфон*", "*гігабайт*" чи "*драйвер*" були введені в мову з появою відповідних технологій. Проте саме метафора дає цим словам друге – образне або ж метафоричне життя, коли слово використовується поза технічним контекстом і набуває нових смислів, емоційних відтінків, асоціацій. Багато нових термінів утворюються шляхом метафоризації на концептуальному рівні. Наприклад:

1. «хмара» ("*cloud*") у cloud computing метафорично репрезентує невидимий, розсіяний, але всюдисущий обсяг даних;
2. «мураха» чи «павук» ("*bot*", "*spider*") – образи автоматичних програм, які «повзають» мережею у пошуках інформації;
3. «інформаційний слід» ("*footprint*") – результат перебування в мережі, співвіднесений з образом фізичного сліду.

Такі неологізми поєднують технічне значення з метафоричним уявленням, що полегшує їхнє засвоєння масовим користувачем.

Особливе місце в інтернет-дискурсі займають слова, утворені телескопією ("*blending*") – об'єднанням фрагментів двох (чи більше) лексем, що часто створюють метафоричний ефект. Приклади:

- "*netiquette*" ("*network*" + "*etiquette*") – етикет поведінки в онлайн-просторі: уявна метафора «мережевого виховання»;
- "*webinar*" ("*web*" + "*seminar*") – «семінар у павутині» – метафора навчального процесу без фізичної присутності;
- "*netizen*" ("*network*" + "*citizen*") – «громадянин інтернету», тобто людина, що живе у віртуальному середовищі, як у державі;
- "*infomania*" ("*information*" + "*mania*") – метафоричний опис психологічної залежності від споживання інформації [75].

У кожному з цих випадків слово не просто називає нове явище – воно створює образне уявлення про нього.

Інтернет-комунікація породжує також емоційно забарвлені метафоризовані неологізми, часто запозичені або адаптовані з англійської:

- «крашнути» (від "*crash*") – несподівано сильно захопитися кимось, впасти емоційно (метафора падіння);
- «зашеймити» (від "*shame*") – публічно принизити в мережі (метафора нанесення «мовного удару»);
- «флексити» (від "*flex*") – демонструвати щось навмисно, «вигинатися» перед аудиторією;
- «тролити» (від "*troll*") – дратувати, виводити з себе в дискусії (метафора ворожої істоти з казок).

Дані приклади ілюструють, як метафора дає змогу створювати яскраві, виразні й експресивні мовні одиниці, які миттєво передають сенс, настрій чи оцінку.

Метафоризація неологізмів в інтернет-дискурсі виконує не лише номінативну, але й когнітивну функцію: вона допомагає структурувати уявлення

про нові явища, вписати їх у зрозумілі рамки. Через знайомі образи користувачі швидше засвоюють абстрактні або складні поняття. Водночас метафора виконує стилістичну функцію – вона робить мову динамічною, живою, емоційно насиченою.

Інтернет-дискурс відзначається швидким появленням нових слів та виразів, які відображають нові реалії, технології, поведінку користувачів. Метафоризація допомагає робити нові поняття більш зрозумілими, емоційно насиченими.

Серед прикладів метафоризації неологізмів в інтернет-дискурсі можна представити наступні:

«лайкати» – від англ. *"to like"* (подобатися). Тут діє метафора: «ставити лайк» у соцмережах – це як «відзначати щось позитивним знаком». Цей неологізм у багатьох мовах перетворився на дієслово;

«тролити» – від англ. *"to troll"* (ловити рибу на наживку, а також провокувати в інтернеті). Метафора тут полягає у порівнянні провокатора в мережі з рибалкою, який кидає приманку, щоб викликати реакцію;

«флешмобити» – походить від англ. *"flash mob"*, що означає раптове зібрання людей. Метафора полягає у передачі відчуття швидкості та несподіванки дії.

Метафоричні неологізми, що виникають в інтернет-комунікації, здебільшого базуються на когнітивних механізмах перенесення значень, коли явища фізичного світу або тілесного досвіду проектується на абстрактні поняття, пов'язані з онлайн-реальністю.

Наприклад, слово *"ghost"* (привид) переноситься на поведінку людини, що раптово припиняє спілкування, зникає без пояснень [95].

Інтернет-комунікація в соціальних мережах активно залучає метафори, запозичені з різних сфер повсякденного життя – спорту, фізіології, кулінарії, побуту, – щоб виразити нові соціальні явища, особистісні стани або емоційні реакції. Така метафоризація дозволяє користувачам окреслювати складні або абстрактні поняття в простій, образній формі, зрозумілій для широкого кола

комунікантів. Одним із характерних прикладів є використання спортивних метафор, зокрема термінів з бейсболу, які були перенесені на опис етапів романтичних взаємин – як офлайн, так і в цифровому середовищі.

Йдеться про так звану систему *"relationship bases"* (дослівно «бази стосунків»), де кожна «база» символізує певний рівень близькості між людьми. У сучасному молодіжному сленгу, зокрема в Twitter, Instagram чи Reddit, ці метафори активно використовуються для гумористичного або напівсерйозного опису динаміки романтичної або сексуальної взаємодії (Додаток А).

"first base: texting

second base: telling all ur friends

third base: getting ghosted"

У класичному американському культурному фреймі «бази» стосуються поступового фізичного зближення у романтичних стосунках. У цьому твіті метафора змінена – відбувається іронічне переосмислення в контексті онлайн-знайомств:

«Перша база» – лише текстове спілкування (тобто найменша взаємодія).

«Друга база» – поділ інформацією з друзями (емоційне залучення).

«Третя база» – *«ghosting»*, тобто раптове припинення контакту, що зазвичай є неочікуваним і емоційно болісним.

Це демонструє, як метафоризація та іронія відображають досвід молодіжної онлайн-комунікації: замість логічного розвитку відносин – їхнє припинення [99].

"Some people don't know what ghosting does to the person being ghosted mentally" (Додаток Б).

Даний вираз є прикладом емпатійного висловлювання в інтернет-дискурсі, яке розкриває психоемоційний вимір метафоричного неологізму *"ghosting"*.

Ghosting тут виступає як метафора зникнення – подібно до привида, який перестає бути видимим. У фразі наголошено на наслідках такого зникнення – *"mentally"*, тобто не лише на комунікативному рівні, а й на психологічному. Це підкреслює, що *"ghosting"* – не просто модний термін або цифровий тренд, а

лексична одиниця, що репрезентує складне соціальне явище з емоційним навантаженням.

"*FOMO*" (Fear of Missing Out) – аббревіатура, що перетворює емоційну концепцію страху пропустити щось важливе на стислий термін, легко сприйманий у соцмережах.

Метафоризація допомагає інтернет-користувачам швидко і виразно передати складні емоції, соціальні явища чи культурні реалії. Неологізми, що виникають у цифровому дискурсі, стають багатозначними інструментами комунікації, де лексичне значення переплітається з образним і контекстуальним (Додаток В).

"So this is love

Don't have fomo

Limited"

Фраза "*So this is love*" може слугувати метафоричним висловленням усвідомлення або відкриття почуття кохання у новому контексті – часто з іронією чи емоційним відтінком. В інтернет-дискурсі вона є своєрідним «культурним мемом», що передає складний емоційний стан через просту фразу.

Метафора "*FOMO*" – означає страх, що символізує метафоричний «голод» чи «жах» перед втратою можливості придбати товар, зображений у Додатку Г.

Фраза "*Story of my life and the story of my song FOMO*" є яскравим прикладом сучасного інтернет-дискурсу, де лексичні інновації набувають багатопланового метафоричного значення.

Життя як історія ("*story of my life*") – метафора життя як послідовності подій, які можна розповісти. Життя як пісня ("*story of my song*") – метафора емоційного чи психологічного стану, який «звучить» як певна пісня.

Використання "*FOMO*" як назви пісні додає культурного контексту, відображаючи сучасну соціальну проблему, що часто зустрічається саме в інтернет-просторі.

Отже, метафоризація неологізмів в інтернет-дискурсі відіграє ключову роль у формуванні та поширенні лексичних інновацій. У цифровому середовищі

метафори не лише збагачують мову естетично, а й стають потужним інструментом створення нових значень, які відображають специфіку віртуального комунікативного простору. Завдяки метафорі користувачі соціальних мереж здатні компактно і виразно передавати складні емоційні стани, соціальні явища та психологічні процеси, що виникають у контексті онлайн-взаємодії.

Метафоричні неологізми в інтернет-комунікації, як правило, базуються на когнітивних механізмах перенесення, коли конкретні образи фізичного світу чи тілесного досвіду проєктуються на абстрактні явища цифрової реальності. Прикладом є термін «*ghosting*», де слово «*ghost*» (привид) метафорично позначає поведінку користувача, який раптово припиняє спілкування без пояснень, що викликає емоційний дискомфорт у іншої сторони.

Інтернет-дискурс активно використовує метафори з різних сфер – спорту, побуту, психології, що дозволяє збагачувати мову і краще передавати особливості сучасних комунікативних ситуацій. Зокрема, популярним є перенесення бейсбольної метафори «*relationship bases*» на онлайн-відносини, що яскраво ілюструє іронічний та творчий підхід молоді до опису цифрових взаємин.

Емпатійні висловлювання в інтернеті, пов'язані з такими метафорами, розкривають психологічний вимір новоутворень і підкреслюють їхню значущість не лише як лексичних одиниць, а як соціокультурних феноменів. Наприклад, неологізм «*FOMO*» (Fear Of Missing Out) через метафоризацію страху втрати важливої події чи можливості швидко став частиною цифрової культури, що дозволяє користувачам комунікувати про тривоги та переживання стисло і зрозуміло.

У сукупності метафоричні неологізми в інтернет-дискурсі виступають не просто новими словами, а багатофункціональними лінгвістичними інструментами, які через поєднання лексичного, образного та контекстуального значень допомагають адаптувати мову до динамічного цифрового середовища та збагачують комунікативний досвід сучасної людини.

2.4. Метонімізація неологізмів у соціальних мережах

Метонімізація у соціальних мережах активно сприяє появі нових неологізмів або нових значень уже існуючих слів. Завдяки швидкому поширенню мемів, хештегів, коротких відео та постів певне слово чи вираз може набувати соковитого образного, символічного або емоційного забарвлення, виходячи за межі початкового технічного чи буквального значення.

Цей процес особливо помітний у мовленні молодіжних та тематичних спільнот, де лексика адаптується під специфіку спілкування в цифровому середовищі, створюючи ефект живої, динамічної мови, яка постійно розвивається. Вивчення метонімізації неологізмів у соціальних мережах дозволяє простежити, як інновації в мові стають соціально значущими та інтегруються у ширший лексичний фонд.

Наприклад, слово *"stan"* є надзвичайно популярним у соціальних мережах, особливо в Twitter, і використовується для позначення дуже відданого фаната або шанувальника чогось чи когось. Воно походить від пісні співака Емінама *"Stan"*, у якій вигаданий персонаж Стен настільки захоплювався співаком, що це призводило до трагічних наслідків. Завдяки цьому термін набув нового значення, тепер *"stan"* означає не лише фаната, а й активну підтримку або сильну прихильність до певної людини, бренду, фільму чи ідеї. Цей процес є класичним прикладом метонімії: ім'я персонажа з пісні перенеслося на феномен «екстремального фанатизму», здобувши власне, ширше життя в інтернет-культурі. З часом *"stan"* став культурним маркером цифрового простору і навіть був включений до Oxford English Dictionary, що свідчить про його усталеність і широке визнання.

Фраза *"I stan Jennie Kim"* (Додаток Д) відображає сучасне явище фанатської культури. Слово *"stan"* в даному випадку може поєднувати слова *"stalker"* та *"fan"* і означає «бути надзвичайно відданим фанатом». Вислів сигналізує не просто захоплення артисткою, а активну підтримку, захист і просування її творчості в соціальних мережах.

Jennie Kim, учасниця гурту BLACKPINK, стала символом глобальної К-поп-культури та інфлюенсером моди і музики. Вислів *"I stan Jennie Kim"* часто використовують як спосіб самоідентифікації серед молоді: він демонструє смак, приналежність до певного культурного кола і відчуття спільноти.

"Sus" – скорочення від *"suspicious"* або *"suspect"* стало відомим через гру Among Us і поширилося як інтернет-сленг. Метонімічність тут полягає в тому, що *"sus"* не просто характеризує значення «підозрілий», а стає ознакою соціальних взаємодій: підозра, недовіра, соціальне оціночне судження.

Вираз *"Why you acting sus"* (Додаток Е) *"acting sus"* використовується для позначення того, що поведінка певної особи здається підозрілою, викликає сумніви або насторожує інших. Це не просто констатація конкретного факту, а оцінка дій людини в певному соціальному або ігровому контексті. Слово *"sus"* тут функціонує як метонімія: воно замінює повний комплекс соціальної оцінки, включаючи підозру, недовіру, можливу небезпеку або навіть потенційне порушення правил гри чи норм спільноти. Іншими словами, замість того, щоб детально описувати конкретні дії людини – наприклад, «він бреше» або «він робить щось підозріле» – використовується одне коротке слово *"sus"*, яке переносить на себе весь смисловий і емоційний контекст цієї поведінки.

Отже, метонімізація неологізмів у соціальних мережах є важливим механізмом мовної інновації та розвитку цифрової культури. Вона сприяє появі нових слів або нових значень вже існуючих лексичних одиниць, дозволяючи словам набувати образного, символічного або емоційного забарвлення, виходячи за межі початкового буквального значення. Соціальні мережі, меми, хештеги та короткі відео забезпечують швидке поширення таких неологізмів, що робить їх невід'ємною частиною сучасного спілкування, особливо серед молодіжних та тематичних онлайн-спільнот.

Прикладами таких явищ є слова *"stan"* та *"sus"*. Термін *"stan"* виник із пісні Емінама та позначав надзвичайно відданого фаната; з часом він набув метонімічного значення, яке включає активну підтримку, захист і просування

об'єкта фанатства. Слово "*sus*" є прикладом метонімічного перенесення значення у цифровому просторі.

Метонімізація неологізмів у соціальних мережах відображає динаміку живої, розвиваючоїся мови, яка адаптується до цифрових умов спілкування. Вона дозволяє словам і виразам швидко набувати нових значень, ставати культурними маркерами та інтегруватися у ширший лексичний фонд сучасної англійської мови. Вивчення таких процесів дає змогу простежити, як мовні інновації відображають соціальні та культурні трансформації у цифровому середовищі.

2.5. Прояви генералізації та звуження значення у лексичних новоутвореннях

У сучасному інтернет-дискурсі, особливо в популярних соціальних мережах, таких як Instagram, Twitter та Facebook, відбуваються інтенсивні та динамічні процеси семантичної трансформації лексики. Ці платформи, що є місцем масового спілкування, обміну інформацією та емоціями, слугують потужним каталізатором мовних інновацій. Одними з найпоширеніших і найважливіших явищ у цьому контексті є процеси генералізації, тобто розширення значення лексичних одиниць, та звуження значення, коли лексема набуває більш вузької, спеціалізованої семантики.

Генералізація та звуження семантики не просто змінюють словниковий запас мови, а виступають механізмами адаптації мови до нових соціокультурних, технологічних і комунікативних реалій, які формуються у цифровому середовищі. Унаслідок цього слова набувають гнучкості та багатозначності, що дозволяє користувачам швидше й точніше передавати нові концепти, емоції, стани і взаємодії, притаманні сучасній онлайн-комунікації.

Соціальні мережі формують унікальний мовний простір, де неологізми швидко виникають і поширюються, а їхнє значення трансформується під впливом різних факторів: від технічних інновацій і культурних тенденцій до

особливостей інтернет-сленгу і меметики. Зокрема, генералізація сприяє тому, що лексичні одиниці з вузькоспеціалізованої сфери стають загальнозживаними і набувають більш широкого семантичного охоплення. Водночас звуження дозволяє чіткіше диференціювати значення, виокремлюючи окремі явища, явища або соціальні ролі, що виникають у новому цифровому контексті.

Семантичні зміни, зокрема генералізація і звуження, є не лише ознаками живої та динамічної мови, але й необхідною умовою її еволюції, що забезпечує відповідність сучасним викликам та можливостям комунікації в епоху цифрових технологій.

Генералізація – це розширення семантичного поля слова, коли воно починає охоплювати більшу кількість значень або контекстів, ніж у первинному вживанні [51, с. 55].

Спершу дієслово «лайкати» означало виключно діяти у соцмережах, натискаючи кнопку «*Like*». Проте в побутовому вжитку воно набуло ширшого значення: висловлювати схвалення, підтримку або позитивне ставлення не лише онлайн, а й офлайн.

"*Like*" – це багатогранне слово, яке можна використовувати багатьма способами:

Дієслово – «подобатися», «добре ставитися до когось». – "*It's not possible for everyone to like you*". – Неможливо подобатися відразу всім.

Прикметник – «схожий, подібний, такий як». – "*I heard a sound like the phone ringing*". – Я чув звук ніби телефон дзвонить.

Прислівник – «ймовірно». – "*Like enough that she did not receive your gift*". – Ймовірно, вона не отримала твого подарунка.

Прийменник – «як». – "*You look like your dad*". – Ти виглядаєш як твій батько.

Іменник – «щось подібне». – "*I've never seen the like*". – Ніколи не бачив нічого подібного.

Слово "*tete*" сьогодні сприймається тільки як «прикольна картинка».

Але цікаво те, що слово *"meme"* спочатку носило лише наукове значення. Його придумав відомий популяризатор науки і вчений Річард Докінз. І вперше його використав у книзі «Егоїстичний ген» («The Selfish Gene», 1976).

Багато хто помилково вважає, що основою для *"meme"* стало англійське *"memory"* – «пам'ять». Це не зовсім так. Воно утворилося від грецького *"mimema"* – «щось, що імітують, копіюють». А сама форма слова створена за аналогією з лексемою *"gene"*.

"Trolling" в перекладі з англійської означає «ловити рибу на блешню». Адже троль розміщує різні негативні повідомлення в очікуванні, що хтось «клюне» на них і вплутається в суперечку. В якій, природно, отримає ще більше негативу – в цьому і мета троля.

Саме слово *"troll"* в середній англійській означало «прогулюватися». Слово має явно німецьке походження – в середньовісній німецькій була лексема «trollen» з точно таким же змістом.

З іншого боку, в норвезькій теж є слово *"troll"* – той самий класичний троль-монстр. Давньоскандинавською *"tröll"* означало відьму або чаклуна. Цілком можливо, що слово також пов'язано з верхньонімецьким «trolle» – «монстр, жах». Звідси і сучасний сенс.

Зараз слово «профіль» пов'язане виключно з акаунтами в соціальних мережах. Інший сенс залишився тільки в більш вузьких сферах знань.

У фотографії та живописі – зображення предмета або людини з одного боку. В архітектурі і інженерії – вертикальний розріз. У фізиці – поперечний переріз.

Спочатку ж *"profile"* позначав також короткий біографічний нарис. Як резюме, тільки зовсім короткий. І саме з цього значення і виросло сучасне – сторінка в соціальних мережах.

Власне, тому деякі фрази можуть сприйматися по-різному.

"I like how your profile looks".

Мені подобається, як виглядає твій профіль.

Який профіль? Особа в профіль? Або оформлення сторінки в соцмережі? Або мова взагалі йде про креслення? Хоча навіть без контексту зрозуміло, що мова тут якраз про сторінку. У звичайній мові інші сенси слова не використовуються від слова взагалі.

Слово "*viral*" – «вірусний». У «доінтернетні» часи його використовували тільки біологи і вірусологи.

Зараз же "*viral*" трохи змінило значення. Сьогодні воно означає щось вкрай популярне або щось, що швидко розповсюджується в інтернеті. Картинка, пост, мем – що завгодно.

Механізм зрозумілий – вірус в реальному житті поширюється дуже швидко. А вірусна інформація так само швидко поширюється в мережі. Її поширюють в соцмережах, скидають в особисті повідомлення. Вона настільки цікава та сенсаційна, що нею прямо хочеться поділитися. Цікаво, що в українській однаково використовується «вірусний» і неологізм «віральний». Правда, в 2020 році ми побачили дуже чіткий поділ. «Вірусний» з огляду на коронавірус стали частіше використовувати в повсякденному житті, щоб позначити саме «вірусну інформацію», маркетологи ж частіше пишуть «віральний» [95].

Слово «селфі» увійшло в наш лексикон і міцно в ньому закріпилося. У 2013-му році укладачі Оксфордського словника навіть вибрали його словом року.

Слово «селфі» зазнало генералізації у лексичних новоутвореннях.

A foodfie / fu:dfi / = food + selfie – Селфі з їжею

You'd better eat your pizza until it's cold instead of taking foodfies.

Краще б ти їв піцу, поки вона не охолола, замість того щоб робити з нею селфі.

A relfie / relfi / = relationship + selfie або a couple = couple + selfie – селфі з другою половинкою (Додаток Ж, К).

Honey, let's take a relfie at the fountain.

Милий, давай зробимо спільне селфі біля фонтану.

A shelfie / selfi / = shelf + selfie – шелфі: фотографія вмісту полиць.

Wow, this is the latest Harry Potter book, let me take a shelfie of it.

Вау, це ж остання книга про Гаррі Поттера, дай-но я зроблю з нею шелфі.

A felfie /fel.fi/ = family + selfie – сімейне селфі.

Let's take a felfie, guys. Gather together!

Давайте зробимо сімейне селфі, хлопці. Зберіться разом!

A groupfie /gru:pfi/ = group + selfie або an ussie = us + selfie – групове селфі

(Додаток 3).

Send me the groupfie you took at the party, please.

Відправ мені групове селфі, яке ти зробив на вечірці.

"To photobomb" – спеціально псувати фотографію, стоячи на тлі і корчити пику, а photobomb – зіпсована таким чином фотографія.

Just do not photobomb us, we want to look cute.

Тільки не псуй нам фотографію, ми хочемо виглядати мило.

A gloatgram = gloat + Instagram – хвастограм, хвастівливий пост.

Найчастіше такі знімки викладають хвалькома (instagirls = Instagram + girls) – моделі, у яких безліч постів. Вони хочуть бути популярними в «Інстаграмі» (instafamous = Instagram + famous).

Gloatgrams is of no use if you do not feel excited about your life.

Марно виставляти пости, які показують, яке яскраве у тебе життя, якщо ти сам від нього не в захваті.

Geobragging = geolocation + brag – хвастощі геолокацією (to brag – хвалитися).

It's not geobragging. I'm just trying to remember the places I've been to.

Я не хвалюся геолокацією, я просто намагаюся запам'ятати, де я побував.

Twitterati = Twitter + glitterati – твіттер-еліта (люди, чії акаунти приваблюють тисячі підписників).

One of the famous twitterati just liked my tweet! I am over the moon.

Один з відомих блогерів в «Твіттері» щойно лайкнув мій твіт. Я на сьомому небі від щастя.

A tweetup = meetup for tweeps (tweeps = Twitter + people) – зустріч користувачів «Twitter».

The tweetup around this issue will take place tomorrow.

Зустріч користувачів «Twitter» з цього приводу відбудеться завтра.

"To hashtag" – додати хештег (#).

Why do you not ever hashtag our couplies?

Чому ти ніколи не ставиш хештеги під нашими спільними селфі?

"To facebook" як дієслово тепер має 3 значення:

- запостити щось в «Фейсбуці»;
- написати комусь повідомлення в «Фейсбуці»;
- просто сидіти в «Фейсбуці».

Can you please facebook our groupfie for me?

Можеш запостити наше групове селфі в «Фейсбуці», будь ласка?

I was facebooking from 5 to 10 pm yesterday, I did not hear you calling.

Я вчора сидів в «Фейсбуці» з 5 до 10 вечора і не чув, як ти дзвонила.

He facebooked me about the party an hour ago.

Він написав мені в «Фейсбуці» про вечірку годину назад [92].

Отже, семантичні трансформації, зокрема генералізація та звуження значення, є характерними й невід'ємними процесами в розвитку лексики інтернет-дискурсу. У цифровому середовищі мова змінюється швидше, ніж будь-де: нові лексеми, що виникають у соціальних мережах (Instagram, Twitter, Facebook), активно адаптуються до нових комунікативних умов і набувають нових семантичних властивостей.

Генералізація значення спостерігається у випадках, коли слова, що спершу мали вузьке або технічне значення, починають використовуватись у ширшому, часто побутовому контексті. Наприклад, дієслово «лайкати», що виникло на позначення конкретної дії в соцмережах, трансформувалося у загальновживане слово на позначення будь-якого вияву схвалення чи симпатії – як в онлайні, так і в офлайні.

Інший приклад – слово «селфі», яке дало початок цілої низці новоутворень на основі телескопії та метафоризації: «фудфі», «релфі», «групфі», «шелфі» тощо. Це свідчить не лише про генералізацію, а й про високий рівень продуктивності слова, яке стало платформою для нових значень.

Звуження значення, навпаки, проявляється тоді, коли широке значення лексеми починає асоціюватися лише з конкретним явищем цифрової культури. Наприклад, слово «профіль», яке колись позначало обриси обличчя, архітектурний розріз чи короткий опис особи, нині майже виключно сприймається як сторінка користувача в соціальній мережі. Аналогічно слово «вірусний» (від англ. *viral*) – раніше пов'язане з епідеміологією, – тепер здебільшого означає щось, що стало надзвичайно популярним в інтернеті.

Ці семантичні зміни демонструють гнучкість мовної системи та її здатність адаптуватися до нових реалій. Вони також свідчать про те, що інтернет як соціальний та комунікативний простір не просто породжує нові слова, а трансформує вже наявні одиниці, надаючи їм нових значень або, навпаки, фіксуючи їх за конкретним контекстом.

Таким чином, генералізація та звуження значення у лексичних новоутвореннях є показниками динамічності сучасної мови, зокрема в межах інтернет-дискурсу. Ці процеси виступають своєрідним дзеркалом соціальних змін, тенденцій масової культури, технічного прогресу та особливостей онлайн-взаємодії. Їхнє вивчення дозволяє глибше зрозуміти не лише мовні інновації, а й трансформації мислення та поведінки сучасного користувача в цифровому просторі.

2.6. Десемантизація та ресемантизація слів у цифровому мовному середовищі

У цифрову епоху мова зазнає не лише кількісних, а й глибоких якісних змін, зокрема на рівні семантики. Одними з ключових механізмів цих трансформацій є десемантизація – втрата первинного (буквального) значення

слова, та ресемантизація – набуття ним нового, актуального в певному контексті значення. Особливо активно ці процеси відбуваються у мові соціальних мереж, де лексеми швидко переосмислюються під впливом нових комунікативних потреб і технологічних реалій.

Слова, які раніше функціонували у вузьких професійних або побутових сферах, у цифровому просторі отримують нові семантичні ролі. Це зумовлено як специфікою віртуального спілкування, так і прагненням до економії мовних засобів та виразності. Через десемантизацію значення слова знеособлюється або втрачає конкретику, а в процесі ресемантизації воно набуває нового значеннєвого навантаження, часто пов'язаного з цифровою ідентичністю, онлайн-поведінкою чи новими формами самопрезентації.

У традиційній англійській мові слово *"handle"* означало «ручка» або «те, за що можна тримати предмет» (наприклад, дверна ручка, ручка чашки). Це значення вказує на фізичну, матеріальну природу об'єкта, що має прикладну функцію – бути частиною чогось, за що можна взятися.

У цифровому просторі значення «ручка» стало нефункціональним і втратило свій буквальний зміст. Слово перестає позначати фізичний об'єкт і натомість починає функціонувати як абстрактна мовна одиниця.

У соцмережах *"handle"* починає означати нікнейм користувача, особливо у Twitter, Instagram, Discord, Reddit тощо.

"What's your Twitter handle?" – Який у тебе нік у Твіттері?

@elonmusk – це *"handle"* Ілона Маска.

Тут відбувається перенесення функції «ідентифікації» (у фізичному світі – через дотик, у цифровому – через ім'я). Таким чином, відбувається семантична переорієнтація – від конкретного до абстрактного, від матеріального до віртуального.

Слово *"selfie"* первісно утворене від англійського *self* (я, себе) з додаванням зменшувального суфікса *-ie*, що є характерним для австралійського варіанту англійської. Воно означало «фотографію самого себе, зроблену власноруч».

Згодом слово *"selfie"* зазнало ресемантизації через активне використання в інтернет-культурі, особливо на Instagram, Facebook, Snapchat. На базі цього слова почали утворюватися численні неологізми-бленди, в яких відбувається семантичне уточнення типу селфі:

1. *"clout"* (початкове значення: сила, вплив) у соцмережах стало означати «популярність або статус у цифровому середовищі»;
2. *"salty"* (початкове значення: солоний) у сленгу означає «роздратований, ображений або злий на когось», часто використовується у мемах;
3. *"shook"* (початкове значення: здригнувся, потрясений фізично) у цифровій культурі означає «емоційно здивований або вражений» *"I was shook"*.

В рамках дослідження десемантизації та ресемантизації слів у цифровому мовному середовищі було проведено опитування серед осіб віком від 16 до 25 років, яке мало на меті дослідити, як молоді люди інтерпретують слова, що зазнали десемантизації і ресемантизації у цифровому середовищі (меми, чати, соцмережі).

На рис. 2.1 представлено відповідь респондентів на питання «Як часто ви користуєтесь соціальними мережами або чатами?».



Рис. 2.1. Відповідь на питання «Як часто ви користуєтесь соціальними мережами або чатами?»

Опитування проводилось з допомогою Google Форми. В опитуванні прийняли участь 24 особи. З них: 6 дівчат та 18 хлопців.

100 % респондентів відповіли, що вони щодня користуються соціальним мережами та чатами.

На рис. 2.2 представлено відповідь респондентів на питання «Чи зустрічали ви у соцмережах або чатах слова/вирази, значення яких відрізняється від звичайного словника?».

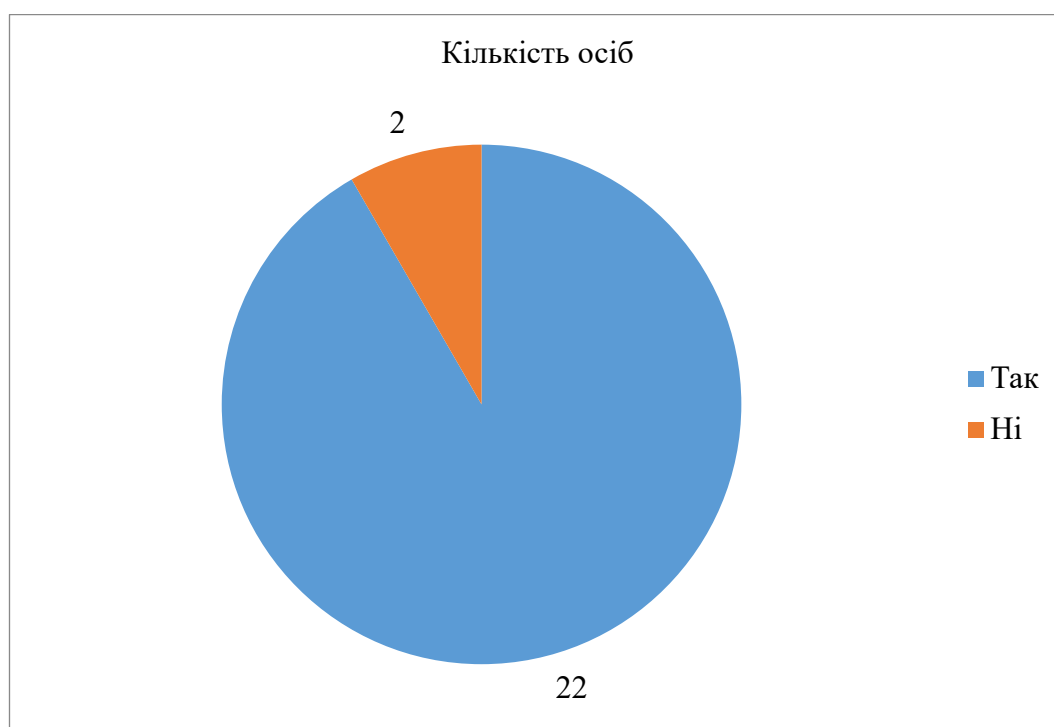


Рис. 2.2. Відповідь на питання «Чи зустрічали ви у соцмережах або чатах слова/вирази, значення яких відрізняється від звичайного словника?»

За результатами опитування, 92% респондентів зазначили, що зустрічали у соціальних мережах або чатах слова чи вирази, значення яких відрізняється від традиційного словника. Це свідчить про високу поширеність явища десемантизації та ресемантизації у цифровому мовному середовищі серед молоді.

Лише 8% опитаних повідомили, що не стикалися з подібними словами чи виразами. Це може свідчити про декілька моментів: по-перше, частина молоді

менш активно користується цифровими платформами або не звертає уваги на специфічну онлайн-лексику; по-друге, деякі респонденти могли зустрічати такі слова, але не усвідомлювати зміну їх значення. Незалежно від причин, ця група респондентів демонструє, що явище десемантизації та ресемантизації ще не є універсальним і не охоплює абсолютно всіх користувачів цифрового середовища.

На рис. 2.3 представлено відповідь респондентів на питання «На вашу думку, чи змінює цифрова комунікація традиційне значення слів?».

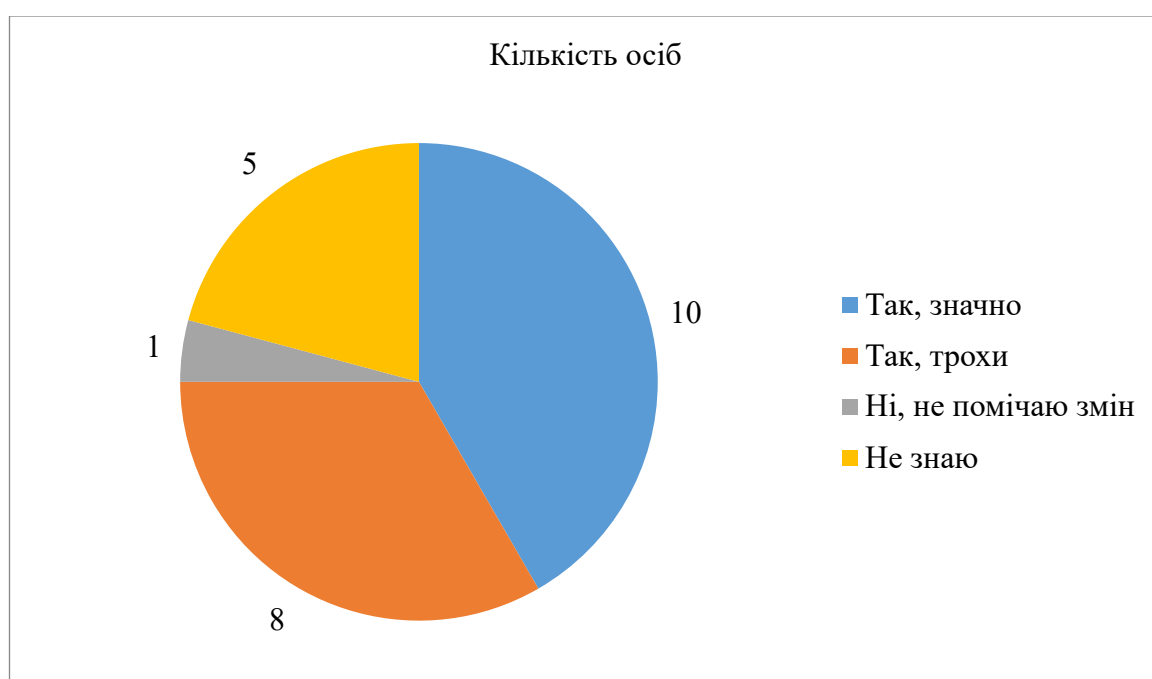


Рис. 2.3. Відповідь на питання «На вашу думку, чи змінює цифрова комунікація традиційне значення слів?»

На питання «На вашу думку, чи змінює цифрова комунікація традиційне значення слів?» респонденти відповіли таким чином: десятеро осіб, що становить приблизно 42%, вважають, що цифрова комунікація значно змінює традиційне значення слів, вісім осіб (приблизно 33%) відзначили, що зміни є, але вони незначні, один респондент (близько 4%) не помічає жодних змін, а п'ятеро осіб (приблизно 21%) не змогли визначити свою позицію. Отримані дані свідчать про те, що більшість молодих користувачів онлайн-платформ усвідомлює зміни

у значенні слів у цифровому середовищі, причому значна частина оцінює ці зміни як суттєві. Водночас невелика частина респондентів або не усвідомлює таких змін, або не має чіткого уявлення про їхній вплив, що підкреслює актуальність дослідження процесів десемантизації та ресемантизації в інтернет-комунікації.

На питання «Які слова або вирази, на вашу думку, найбільше змінили своє значення через меми та чати?» респонденти відповіли, що найбільш помітні зміни відбулися у таких словах і виразах, як «лайкати», «краш», «рофлити», «скролити». Вони зазначили, що ці слова набули нового значення у цифровому середовищі, відмінного від традиційного словникового, і активно використовуються у мемах, чатах і соціальних мережах. Більшість респондентів відзначила, що нові значення таких слів швидко поширюються серед молоді і часто стають частиною повсякденної онлайн-комунікації.

Отже, в цифрову епоху семантика лексичних одиниць зазнає глибоких трансформацій, зумовлених специфікою інтернет-комунікації та швидким розвитком технологій. Процеси десемантизації та ресемантизації стали важливими інструментами адаптації мови до нових реалій, формуючи нові смислові зв'язки, функції та конотації лексем. Соціальні мережі – як простори для самовираження, творчості та миттєвого обміну інформацією – є особливо продуктивними платформами для таких змін.

Десемантизація спричиняє втрату первинного, матеріального або буквального значення слова, тоді як ресемантизація забезпечує набуття нових значень, тісно пов'язаних з цифровими контекстами. Прикладом є слово *"handle"*, яке втрачає фізичне значення «ручка» і набуває функції позначення нікнейму користувача в соцмережах (Twitter, Instagram тощо), виконуючи роль цифрового ідентифікатора. Подібна семантична переорієнтація свідчить про здатність мови переносити функціональні ознаки з реального у віртуальний простір.

Інший показовий приклад – *"selfie"*, яке спочатку позначало «автофотопортрет», але в інтернет-культурі стало базовою одиницею для

утворення нових похідних слів: *"foodfie"*, *"relfie"*, *"shelfie"*, *"groupfie"*, *"felfie"* тощо. Це свідчить про ресемантизацію через розгалуження значення, коли базова лексема стає продуктивною моделлю для називання конкретних форм самопрезентації або візуального контенту в соцмережах. У цьому випадку спостерігаємо не лише зміну значення, а й семантичну деталізацію: кожне нове утворення маркує специфічну ситуацію або тип взаємодії.

Десемантизація та ресемантизація в цифровому мовному середовищі виступають не випадковими чи маргінальними явищами, а закономірними процесами, що відображають гнучкість, креативність і адаптивність сучасної мови. Такі зміни не лише оновлюють лексичний склад, а й створюють нові способи семіотичної репрезентації ідентичності, емоцій, соціальних зв'язків у межах цифрової культури. Вони також є свідченням живого розвитку мови в умовах постійно змінного комунікативного ландшафту.

За результатами проведеного опитування можна зробити висновки, що всі учасники опитування щодня користуються соціальними мережами та чатами, що свідчить про високу ступінь їхньої цифрової активності. Більшість респондентів (92%) зазначили, що зустрічали слова або вирази, значення яких відрізняється від традиційного словника, що підтверджує поширеність явищ десемантизації та ресемантизації у цифровому мовному середовищі серед молоді. При цьому лише невелика частина (8%) не стикалася з подібними словами, що може свідчити про різний рівень залученості до онлайн-комунікації або непомічання зміни значень.

Щодо впливу цифрової комунікації на традиційне значення слів, більшість респондентів усвідомлює наявність змін: 42% оцінюють їх як значні, 33% – як незначні, тоді як 4% не помічають змін, а 21% не змогли визначити свою позицію. Це підкреслює, що молодь активно відстежує мовні трансформації в онлайн-середовищі.

Найбільш помітні зміни у значенні слів відбулися у таких термінах, як «лайкати», «краш», «рофлити», «скролити», які набули нових значень у цифровому середовищі і широко використовуються у мемах, чатах та соціальних

мережах. Нові значення цих слів швидко поширюються серед молоді і стають частиною повсякденної онлайн-комунікації.

Висновки до розділу 2

У другому розділі проведено лінгвістичний аналіз лексичних інновацій в інтернет-просторі.

Визначено, що соціальні мережі – Instagram, Twitter (X) і Facebook – є основними джерелами емпіричного матеріалу для аналізу лексичних інновацій сучасного інтернет-дискурсу. Вони виступають не лише платформами для комунікації, а й просторами мовної динаміки, де активно формуються нові лексичні одиниці, що відображають соціальні, культурні й технологічні зміни. Кожна з платформ має власну стилістичну специфіку: Twitter стимулює створення коротких і виразних одиниць; Instagram формує інновації в контексті візуально-вербального контенту; Facebook підтримує розлогі обговорення, що сприяє гнучкому використанню мови.

Ключовими семантичними процесами в інтернет-дискурсі є метафоризація, генералізація та звуження значення. Інтернет як простір швидких змін сприяє появі слів, які не лише називають нові явища, а й допомагають осмислювати їх через знайомі образи.

Важливим механізмом мовної інновації є також метонімізація. У соціальних мережах вона забезпечує появу нових значень слів, які отримують символічне чи емоційне забарвлення.

Суттєві процеси в інтернет-лексиконі – генералізація та звуження значення. Генералізація проявляється, коли вузькі за значенням слова починають використовуватися ширше, як-от «лайкати», що вийшло за межі соціальних мереж. Подібно слово «селфі» стало продуктивною моделлю для нових похідних: *"foodfie"*, *"relfie"*, *"groupfie"* тощо. Звуження значення, навпаки, стосується лексем, які тепер сприймаються переважно в цифровому контексті:

«профіль» – як сторінка користувача, «вірусний» – як популярний онлайн-контент.

У цифровому середовищі активно діють процеси десемантизації та ресемантизації: слова втрачають первинні значення й набувають нових, пов'язаних з соціальними мережами. Наприклад, *"handle"* уже рідко асоціюється з «ручкою», а позначає нікнейм. Слово *"selfie"* стало основою для численних інновацій, що деталізують форми самопрезентації онлайн. Такі зміни демонструють гнучкість і креативність сучасної мови, що постійно адаптується до цифрових умов.

Опитування підтверджує активне використання соціальних мереж молоддю та високий рівень поширення семантичних трансформацій: 92% респондентів зустрічали слова з новими, нетрадиційними значеннями. Значні мовні зміни усвідомлюють 42% опитаних. Найчастіше згадувані лексеми – «лайкати», «краш», «рофлити», «скролити» – демонструють швидке закріплення нових значень у повсякденному спілкуванні.

Таким чином, лексичні інновації інтернет-дискурсу є результатом активної взаємодії мовної системи та цифрового середовища. Метафоризація, метонімізація, генералізація, звуження, десемантизація й ресемантизація формують новий пласт семантичних значень, які відображають мислення та поведінку сучасного користувача. Мова в інтернеті постає динамічним механізмом адаптації до технічних і соціальних змін цифрової епохи.

ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження було виконано всі поставлені завдання, що дозволило комплексно охарактеризувати лінгвістичні особливості інноваційних процесів у сучасній англійській мові.

У рамках першого завдання – проаналізувати поняття мовних інновацій у сучасній англійській мові – було встановлено, що ключовими каналами лексичного оновлення виступають неологізми та запозичення, кожен із яких виконує специфічні функції.

Неологізми фіксують появу нових реалій; запозичення підтримують міжкультурну взаємодію. Доведено, що мовні інновації є важливим чинником динамічного розвитку лексичної системи англійської мови та її адаптації до швидких соціокультурних змін.

Відповідно до другого дослідницького завдання – визначити особливості функціонування інноваційної лексики в інтернет-просторі – встановлено, що цифровий дискурс створює сприятливі умови для утворення, поширення та закріплення нової лексики.

Виявлено, що жанрова специфіка інтернет-комунікації (меми, стрими, подкасти, мікроблоги, сторіз) зумовлює швидку адаптацію нових слів до різних форматів онлайн-взаємодії. Інтернет виступає водночас «лабораторією» мовних експериментів та середовищем, у якому відбувається семантична і структурна трансформація слів.

У процесі виконання третього завдання – дослідити семантичні зміни, спричинені лексичними інноваціями – було встановлено, що в онлайн-комунікації активно реалізуються процеси генералізації, звуження значення, десемантизації та ресемантизації.

Підтверджено, що такі трансформації є закономірною реакцією мовної системи на нові комунікативні потреби. Наведені приклади («лайкати», «*profile*», «*handle*», «*selfie*» → *foodfie*, *relfie*) демонструють глибину впливу цифрової культури на значення слів.

Дані опитування серед молоді віком 16–25 років також засвідчили, що 92% респондентів регулярно стикаються зі словами, значення яких змінилося під впливом онлайн-комунікації, що підтверджує масовість семантичних зсувів.

У рамках четвертого завдання – охарактеризувати механізми утворення метафор і метонімії у процесі неологізації – встановлено, що метафоризація та метонімізація є провідними когнітивними механізмами творення інноваційних номінацій. Метафори ("*ghosting*", "*FOMO*", "*netizen*") забезпечують образність і концептуалізують нові явища через зрозумілі моделі. Метонімії формують нові значення через функціональні або просторові зв'язки між об'єктами.

Результати виконання п'ятого завдання – здійснити лінгвістичний аналіз лексичних інновацій у соціальних мережах (Instagram, Twitter, Facebook) – засвідчують, що кожна платформа формує власний мовний стиль і сприяє появі специфічних інновацій: Twitter (X) стимулює короткі та лаконічні новотвори через обмеження символів; Instagram поєднує вербальний та візуальний коди, породжуючи лексеми, пов'язані з візуальним контентом; Facebook сприяє появі ширших текстових форм та дискусійних інновацій.

Емпіричний аналіз показав, що інновації типу «краш», «скролити», «рофлити», «лайкати» активно поширюються саме в цих мережах та закріплюються в молодіжному мовленні.

Усі поставлені завдання дослідження виконано. Було доведено, що інтернет-дискурс є ключовим чинником формування та поширення мовних інновацій у сучасній англійській мові. Семантичні трансформації, неологізація, метафоризація та активне функціонування новотворів у соціальних мережах демонструють високу гнучкість мовної системи, її здатність адаптуватися до цифрових реалій і відображати нові форми соціальної поведінки.

Отримані результати підкреслюють необхідність подальших міждисциплінарних досліджень, що враховуватимуть мовні, соціокультурні, психологічні та технологічні аспекти функціонування інноваційної лексики.

Подальше дослідження цієї тематики вбачаємо у розширенні аналізу мовних інновацій у кількох напрямках. По-перше, перспективним є вивчення

морфологічних та синтаксичних інновацій, що виникають у цифровому дискурсі під впливом скорочень, кліпового мислення та мультимодальної комунікації. По-друге, доцільним видається порівняльне дослідження лексичних інновацій у різних соціальних групах – за віком, професією, рівнем цифрової активності – оскільки різні спільноти по-різному засвоюють і трансформують нові слова.

Подальшим напрямом може бути аналіз стратегій перекладу інтернет-неологізмів та ступеня їхньої адаптації в інших мовах, зокрема в українській, що дозволить простежити міжмовні шляхи поширення лексичних новотворів. Цікавими перспективами є також дослідження динаміки життєвого циклу неологізмів – від появи до стабілізації або зникнення – та факторів, що визначають їхню довговічність.

Окремої уваги заслуговує поглиблений аналіз семантичних трансформацій у різних жанрах цифрової комунікації (меми, подкасти, стрімінгові платформи, короткі відео). Важливим напрямом є й дослідження впливу штучного інтелекту, алгоритмів і рекомендаційних систем на формування нової лексики, адже автоматизована взаємодія стає одним із чинників мовної еволюції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балюта Е. Г. Неологізми англійської мови сфери екології (теоретичні засади). *Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка*. 2006. Вип. 27. С. 148–152. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/2233/1/06begmse.pdf> (дата звернення: 08.11.2025).
2. Богачик М. С. Комп'ютерні неологізми в сучасній англійській мові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна*. 2014. Вип. 43. С. 43–45. URL: <https://lnk.ua/x4LXy094n> (дата звернення: 08.08.2025).
3. Бондар Н. В., Осіпчук Н. В. Роль неологізмів у сучасному англomовному та німецькомовному медійних дискурсах. *Нова філологія*, 2023, (89). С. 43–49. URL: <http://novafilolohiia.zp.ua/index.php/new-philology/article/view/816/767> (дата звернення: 14.09.2025).
4. Борисова О. В. Способи перекладу неологізмів та особливості їх опанування студентами на заняттях з практики перекладу. *Мовні та концептуальні картини світу. Збірник наукових праць*. Київ : КНУТШ. Вип. 24, ч. 1. 2008. 359 с.
5. Бровко К. А. Англійський сленг у сучасній мові медіа: чинники виникнення і класифікація. *Філологія. Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції (28–31 березня 2023 р., Флоренція, Італія)*. Флоренція: International Science Group, 2023. С. 292–293.
6. Бялик В. Д. Експресивна метафора як засіб формування значення англійських неологізмів. *Науковий вісник Чернівецького університету. Філологія*. 2014. Вип. 682. С. 33–36. URL: file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Nvchnugf_2014_708-709_10.pdf (дата звернення: 16.09.2025).
7. Войналович Л. П., Кир'янова Т. Б. Способи утворення неологізмів в сучасній англійській мові. Вектори розвитку науки, освіти і суспільства в умовах глобалізації: *збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної*

конференції (Ізмаїл, 28 травня 2024 р.). 2024. С. 14–15. URL: <https://surl.li/uznnqv> (дата звернення: 16.08.2025).

8. Волков А. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. Буковинський центр гуманітарних досліджень. Чернівці : Золоті литаври, 2001. 634 с. URL: <https://chtivo.org.ua/literature/naukova/11761-leksikon-zagalnogo-ta-porivnjalnogo-literaturoznastva.html> (дата звернення: 15.10.2025).

9. Волкова С. Г. Неологізми у сучасній англійській мові на прикладі мови інтернет-ресурсів. *Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Філологія*. 2019. Вип. 21. С. 112–116. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/2331383c-935b-4958-a6f4-9af30bcbdb19/content> (дата звернення: 04.11.2025).

10. Волощук І., Наливайко В. Лексико-семантичні та структурні особливості утворення неологізмів у медіатекстах. *Молодий вчений*, 2020. № 11 (87). С. 411–415. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/235/225> (дата звернення: 02.11.2025).

11. Втюрина А. А. Фемінітиви-неологізми та їх гендерно-нейтральні еквіваленти у сучасній англійській мові: перекладацький аспект : *робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 035 – філологія*. Суми : Сумський державний університет, 2022. 64 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90342> (дата звернення: 03.09.2025).

12. Габідулліна А. Р., Колесніченко О. Л. Методологія сучасних лінгвістичних досліджень: навчальний посібник. Слов'янськ: Вид-во Б.І. Маторіна, 2019. 322 с. URL: <https://salo.li/1DD3748> (дата звернення: 02.11.2025).

13. Гавран М., Білик О., Пуга О. Неологічна лексика англійської мови як невід'ємна складова міжкультурної комунікації. *Сучасні дослідження з іноземної філології*, 2024. С. 33–42. URL: <http://philol-zbirnyk.uzhnu.uz.ua/index.php/philol/article/view/352/536> (дата звернення: 13.09.2025).

14. Галишин І. Телескопія як один із новітніх способів словотвору в англійській мові. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство*, Ч. 2. Луцьк, 2011. № 3. С. 82–87. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/4166/1/Halyshyn.pdf> (дата звернення: 16.09.2025).

15. Гольченко Д. О. Оказіональні дієслова у сучасній англійській мові. *Молоді фахівці – майбутнє науки: Зб. статей*. Випуск 4. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. С. 54–59. URL: <https://foreign-languages.karazin.ua/resources/8f92ee4dee1607bcf11c7329642b5f92.pdf#page=54> (дата звернення: 22.08.2025).

16. Гордієнко Н. М. Особливості виникнення лексичних інновацій. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. № 3 (2). С. 45–46. URL: <https://surl.li/iwwgsi> (дата звернення: 21.08.2025).

17. Гриценко С. Мовні інновації російсько-української війни 2022 року. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*, 2022. № 2 (32). С. 9–13. URL: <https://philology-journal.com/index.php/journal/article/view/103/87> (дата звернення: 10.11.2025).

18. Громовенко В. В. Скорочення як спосіб словотворення політичних неологізмів у сучасній англійській мові. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету : збірник*. Одеса, 2016. Вип. 25. С. 235–238. URL: <https://surl.lt/slnds> (дата звернення: 18.08.2025).

19. Гудима Г., Слодиницька Ю. Англомовні запозичення в сучасній українській мові. *Молодий вчений*, 2021. 6 (94). С. 26–29. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/714/689> (дата звернення: 16.09.2025).

20. Демська-Кульчицька О. М. Деякі аспекти корпусної лінгвістики. *Українська мова*. 2005. № 1. С. 44–51. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/cfccf2e6-52b0-4ebf-99c9-04af9ea1ea2d/content> (дата звернення: 10.08.2025).

21. Демченко Н. С. Особливості функціонування неологізмів в сучасній англійській мові. *Мова і культура*. 2019. Т. I (196), Вип. 22. С. 48–55. URL: https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/3667/3/Osoblyvosti_neolohizmiv.pdf (дата звернення: 30.11.2025).
22. Дзюбіна О. І. Особливості утворення та функціонування семантичних неологізмів англійської мови в сфері інтернет-комунікації. *Записки з романо-германської філології*. 2014. Вип. 2 (33). С. 17–23. URL: <https://surl.li/xkqalz> (дата звернення: 16.11.2025).
23. Дзюбіна О. І. Скорочення як спосіб утворення неологізмів в сучасній англійській мові (на матеріалі англословних інтернет-видань та форумів в молодіжних соціальних мережах). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 2014, (75). С. 309–312. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/13819/> (дата звернення: 16.10.2025).
24. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook: автореф. дис... канд. філол. наук. Львів, 2016. 18 с.
25. Дзюбіна О. І. Типологічні принципи класифікації неологізмів у сучасній англійській мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2018. Вип. 33(2). С. 38–40. URL: <https://surl.li/iabmnf> (дата звернення: 11.09.2025).
26. Допис користувача Но's Bows. URL: <https://www.facebook.com/100063477043476/posts/884190080373552/?mibextid=wwXIfr&rdid=Fn1wZvmSAT1enru0#> (дата звернення: 16.09.2025).
27. Драбов Н. До питання перекладу англійських неологізмів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2015. № 13. С. 176–181. URL: <https://surl.li/jebkin> (дата звернення: 16.09.2025).
28. Дюдяєва В. Книга Лінгвотренажер English. Фразові дієслова. 2021. URL: <https://lnk.ua/xVm8bp9ev> (дата звернення: 15.08.2025).
29. Єнікєєва С. М. Лексико-семантичні інновації в сучасній англійській мові. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*.

Серія: Філологія. 2009.

30. Єнікєєва С. М. Скорочення слова як механізм формотворення та словотворення в сучасній англійській мові. *Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка*. 2006. Вип. 27. С. 93–96. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/2167/1/06esmsam.pdf> (дата звернення: 16.11.2025).

31. Жайворонок В. В. Лексична підсистема мови і значення мовних одиниць. *Мовознавство*. 1999. № 6. С. 32–46.

32. Зацний Ю. А. Зміни в повсякденному житті носіїв англійської мови й інноваційні процеси у словниковому складі. Навчати вчитися перекладу : *монографія*. Суми : Сумський державний університет, 2015. С. 29–41. URL: <https://lnk.ua/QV0kYW7eg> (дата звернення: 16.11.2025).

33. Зубенко О. В. Вплив соціальних мереж на сучасний лексикон англійської мови. *Академічні студії. Серія «гуманітарні науки»*, (4), 2024. С. 38–44.

34. Камінська С. В., Момот А. В. Шляхи появи запозичень в сучасній англійській мові. Їх асиміляція та вживання. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2020. Вип. 9 (77). С. 220–223. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/2855/2621> (дата звернення: 17.08.2025).

35. Клименко Н. Новотворення чи мавпування? *Урок української*. 2004. № 10. С. 23–25.

36. Коваленко К. Продуктивні способи утворення нових слів у сучасній англійській мові. *Актуальні проблеми сучасної медицини*. 2013. № 4. С. 211–214. URL: <https://surl.lu/yvvwdr> (дата звернення: 16.11.2025).

37. Ковальчук О. П. Неологізми в складі епонімної лексики з антропонімічним компонентом у сучасних англійській та українській мовах. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. 2 (10). URL: <https://surl.lu/fkuuqd> (дата звернення: 16.09.2025).

38. Козаченко І. В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови.

Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2014. № 25. Том 2. С. 166–168. URL: <https://surl.li/adnahq> (дата звернення: 16.08.2025).

39. Костенко О. Г. Сучасні англійські неологізми способи їх перекладу українською мовою. *Закарпатські філологічні студії.* Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2020. Т. 2. Вип. 13. С. 97–100. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/32791> (дата звернення: 10.11.2025).

40. Кривенко Д. М. Інноваційні процеси у лексиці сучасної англійської мови. *Філологія.* 2018. 60 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/168412205.pdf> (дата звернення: 16.08.2025).

41. Кузнєцова І. В., Приходько Є. С. Особливості перекладу метафор-неологізмів у текстах англomовної преси. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Перекладознавство та міжкультурна комунікація.* 2018. № 3. С. 117–121.

URL: <https://tsj.journal.kspu.edu/index.php/tsj/article/view/137/134> (дата звернення: 14.11.2025).

42. Курченко Л. М. Невідповідність граматичної категорії роду і соціальної категорії гендеру: підходи сучасної германістики. *Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасних університетів ВНЗ: зб. матеріалів Міжнар. наук. конф., м. Київ (2- 10 квітня 2020 р.).* К.: КНЕУ, 2020. С. 33–36.

43. Кухарська В. Неологізми у сучасній англійській мові. *Збірник тез доповідей XVI наукової конференції ТНТУ ім. Ів. Пулюя, 5-6 грудня 2012 року.* Т. : ТНТУ, 2012. Том III: Гуманітарні, соціальні та економічні науки. С. 80. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/9258/2/Conf_2012vIII_Kukharska_V-Neolohizmy_u_suchasni_anhliiskii_80.pdf (дата звернення: 10.10.2025).

44. Кучеренко І. В. Лексичні інновації в сучасному масмедійному дискурсі України та Німеччини як перекладознавча проблема. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер. : Філологічні науки (мовознавство).* 2019. № 12. С. 100–105.

45. Лащук А., Бойчук М. Аналіз неологізмів з точки зору семантичних процесів. Електронний журнал «Вісник науки та освіти». №5 (35). 2025. URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/vno/index> (дата звернення: 04.12.2025).

46. Лащук А. Способи творення неологізмів в інтернет-дискурсі / наук. кер. М. Бойчук // *Магістерський науковий вісник Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2025. Вип. 44. С. 113-117. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/37147> (дата звернення: 16.11.2025).

47. Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). *Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка*. 2005. № 23. С. 16–21. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/2567/1/05layern.pdf> (дата звернення: 11.10.2025).

48. Левченко О. О. Тенденції розвитку неологізмів в сучасній англійській мові під час пандемії COVID-19. *Current Trends in the Study and Teaching of Foreign Languages: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Online Conference (Poltava, 04 June 2021)*. Poltava : Astraya, 2021. С. 115–118. URL: <https://repository.pdmu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f12c25a8-596b-41c3-9620-29a47a61254c/content> (дата звернення: 11.11.2025).

49. Магас Н. Паралельні корпуси у навчанні англійської мови: новітні підходи та перспективи. *Філологічні студії та перекладознавчий дискурс: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Івано-Франківськ, 13 листопада 2024 р.* Івано-Франківськ : Редакційно-видавничий відділ ЗВО «Університет Короля Данила», 2024. С. 168–170. URL: <https://surl.li/mngcsq> (дата звернення: 16.09.2025).

50. Макаренко В. О. Категорія модальності: лінгвістичні та перекладацькі аспекти : *робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 035 – філологія*. Суми : Сумський державний університет, 2023. 75 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/93709> (дата звернення: 12.09.2025).

51. Малярчук О. В. Особливості творення неологізмів-телескопізмів у сучасній англійській мові (на матеріалі лексикографічних джерел). *Науковий*

вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: «Філологічні науки» (мовознавство): Збірник наукових праць. № 3. Дрогобич, 2015. С. 137–140.

52. Мартиненко О. Є. До питання перекладацьких трансформацій: інформаційні повідомлення та конференції. *Інноваційні рішення в сучасній науці, освіті та практиці*: Матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (наукове видання), 17-18 листопада 2020 р.: у 2 ч. Київ: НТУ, 2020. Ч.2. С. 53–60.

53. Муромцева О. Г. Розвиток лексики української літературної мови в другій половині XIX – на поч. XXст. Харків : Вища школа, 1985. 162 с.

54. Остафійчук О. Д. Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31 (70). № 3. Ч. 1. С. 156–160. URL: http://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/3_2020/part_1/30.pdf (дата звернення: 09.08.2025).

55. Павельєва А. К. Сучасний англійський сленг: лексичні особливості, класифікації, сфери використання. *Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції, 22 трав. 2019 р.* Переяслав-Хмельницький, 2019. Вип. 52. С. 247–249. URL: <https://surl.li/emihbb> (дата звернення: 14.09.2025).

56. Папуша Н. В. Англомовна науково-технічна термінологія: перекладацькі труднощі та інноваційні підходи у викладанні : *робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 035 – філологія*. Суми : Сумський державний університет, 2024. 78 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/97518> (дата звернення: 27.08.2025).

57. Пахненко І. Принципи викладання дисциплін мовознавчого циклу в системі педагогічної освіти: традиційні та інноваційні шляхи реалізації. *Інновації в сучасному освітньому просторі: монографія*. Суми: Вид-во СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2024. С. 175–201. URL: <https://sogi.org.ua/wp-content/uploads/2024/03/Innovatsiyi-v-suchasnomu-osvitnomu-prostori.->

Monografiya.pdf#page=175 (дата звернення: 19.08.2025).

58. Пилипей Ю. А. Походження терміна сленг в англійській мові. *Міжнародна науково-практична конференція «Мова, література і культура: актуальні питання взаємодії»*. 2018. С. 24–27. URL: https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/3829/1/Pohodzhennya_ter.pdf (дата звернення: 16.09.2025).

59. Пилипенко І. О. Особливості утворення неологізмів способом конверсії в сучасній англійській мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія*. Одеса, 2018. № 37. Том 2. С.132–134. URL: https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/2200/3/Osoblyvosti_utvo.pdf (дата звернення: 16.10.2025).

60. Пікуш О. Фонологічні неологізми в англійській мові: специфіка її утворення: *стаття*. К., 2014. 9 с. URL: <https://surl.lu/yqesnf> (дата звернення: 25.08.2025).

61. Помірко Р., Дудок Р. Міжмовна інтерференція у формуванні суспільно-політичної термінології. *Вісник Львівського університету. Серія іноземних мов*. 2016. Вип. 23. С. 3–9.

62. Префіксальні дієслова англійської мови: сучасні лінгвістичні парадигми. *Нова філологія*, 2021, 1 (81). С. 117–122. URL: <http://novafilolohiia.zp.ua/index.php/new-philology/article/view/494/467> (дата звернення: 03.09.2025).

63. Ребрій І. М. Мовні та етноментальні особливості перекладацького відтворення артлангів : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16 – перекладознавство; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2016. 266 с. URL: <https://lnk.ua/Y4Q9gR649> (дата звернення: 04.09.2025).

64. Ріба-Гринишин О. М., Котоус Ю. Р. Лінгвістичні особливості англomовного інтернетдискурсу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2023. Вип. 17(85). С. 92–95.

65. Романова Ю. Я., Зембицька М. В. Теоретичні аспекти застосування

когнітивних технологій у процесі навчання англійської мови. *Інноваційна педагогіка*. Випуск 10. Том 3. 2019. С. 52–55. URL: <https://lnk.ua/geqKX00N5> (дата звернення: 01.10.2025).

66. Сабан О. В. Функційно-прагматичні особливості відепонімних okazіоналізмів та неологізмів у сучасній англійській мові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологія*. 2018. Вип. 1(2). С. 129–132. URL: <https://lnk.ua/5V1Rp3pNd> (дата звернення: 08.08.2025).

67. Сандій Л. В. Англomовні інновації сфери електронної комерції: лінгвальна та соціолінгвальна характеристики. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна*. 2010. Вип. 14. С. 454–461. URL: file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Nznuoaf_2010_14_74.pdf (дата звернення: 16.11.2025).

68. Сандій Л. В. Вербалізація нових реалій організаційно-корпоративної культури у сучасній англійській мові. *Нова філологія: Збірник наукових праць*. Запоріжжя: ЗНУ, 2012. № 48. С. 142–146. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Novfil_2012_48_38.pdf (дата звернення: 23.09.2025).

69. Сахнюк О. В., Шумило Т. М. Шляхи створення та функціонування неологізмів в сучасній англійській мові. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*, 2011, 3(55). С. 81–86. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/9441/1/Vg5512%20%D0%B7%D0%B0%D1%85.pdf> (дата звернення: 06.10.2025).

70. Селезнєва М. Виникнення та адаптація неологізмів у сучасній англійській мові. *IV Всеукраїнська студентська науково - технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання»*. 2011. С. 302. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/10439/2/Conf_2011v2_Seleznova_M-Vynyknennia_ta_adaptatsiia_302.pdf (дата звернення: 05.11.2025).

71. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К,

2010. 208 с.

72. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля. Київ. 2006. 712 с. URL: <https://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001849> (дата звернення: 13.08.2025).

73. Сидоренко Л. М. Інноваційні технології вивчення лінгвістичних категорій та структур. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2024. Т. 2, вип. 33. С. 139–144. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/64530> (дата звернення: 12.10.2025).

74. Стишов О. А. Українська лексика кінця XX століття (на матеріалі мови засобів масової інформації). 2-ге вид. К. : Пугач, 2005. 388 с.

75. Таценко Н. В. Теоретичні засади антропоцентризму мовних інновацій. *Вісник Житомирського ун-ту ім. Івана Франка*. 2006. Випуск 28. С. 208–211. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/1920/1/7.pdf> (дата звернення: 15.09.2025).

76. Ткаченко С. І. Неологізми в сфері інформаційних технологій. 2020. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/news-1-0-8862-neologizmi-v-sferi-informaciynih-tehnologiy> (дата звернення: 16.11.2025).

77. Умерова А. К. Основні джерела запозичень в англійській мові. *Мова. Свідомість. Концепт: Збірник наукових статей*. 2021. № 11. С. 169–172. URL: <https://mdpu.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/MOVA.-SVIDOMIST.-KONTSEPT.-Vypusk-11.-2021.pdf#page=170> (дата звернення: 06.08.2025).

78. Федорова Ю. Г. Лінгвальні інновації у сфері економіки / бізнесу в сучасній англійській мові. *Актуальні проблеми науки та освіти: Збірник матеріалів XXIII підсумкової науково-практичної конференції викладачів МДУ*. Маріуполь: МДУ, 2021. С. 193–194. URL: <https://surl.lt/zreedp> (дата звернення: 11.09.2025).

79. Федотова Л. М. Ступінь досліджуваності питання неологізмів в сучасній англійській мові. *Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 26 бер. 2021 р.* Київ, 2021. С. 288–289. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4138c779-2d28-484f-b96f->

a04718dbf959/content (дата звернення: 11.08.2025).

80. Шутова М. О. Неологізми в сучасній англійській мові. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія*. 2010. Вип. 21. С. 79–85. URL: <https://surl.li/tctvgq> (дата звернення: 17.09.2025).

81. Ющук І. П. Запозичення з англійської мови. Українська мова. Київ : Либідь, 2006. 209 с.

82. Янишина Л. С. Запозичення в англійській мові XIX ст. (на матеріалі художніх творів). *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*, 2011. С. 518–521. URL: file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Npkpnu_fil_2011_28_142.pdf (дата звернення: 07.09.2025).

83. Algeo J. Where do all the new words come from. New York: American Speech, 1980. 297 p.

84. Allan I. L. The City in Slang: New York Life and Popular Speech. New York: Oxford University Press, 1993. 320 p. URL: https://books.google.co.ls/books?id=j41z0yeKbeIC&printsec=frontcover&source=gb_s_atb#v=onepage&q&f=false (дата звернення: 16.11.2025).

85. Asif M. Linguistic analysis of neologism related to coronavirus (COVID-19).2021.URL:<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590291121000978> (дата звернення: 04.12.2025).

86. Coleman J. The life of slang. Oxford:Oxford University Press, 2012. 352 p.

87. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of English Language. Cambridge University Press, Cambridge, 2019. 506 p.

88. Fischer R. Lexical change in present-day English: a corpus-based study of the motivation, institutionalization, and productivity of creative neologisms. Tübingen: Narr, 1998. 209 p.

89. Global Language Monitor. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-прак-тичної конференції «Функціонально-стилістичний потенціал романо-гер-

манських мов у європейському просторі». URL: <http://www.languagemonitor.com/> (дата звернення: 16.11.2025).

90. Instagram користувача maha._jack. URL: <https://www.instagram.com/p/DHakxDlNOsa/> (дата звернення: 02.11.2025).

91. Instagram користувача sitara.xox. URL: <https://www.instagram.com/reel/Cr160uRJbfC/?igsh=ODgxcXp2YXpnYmNt> (дата звернення: 10.11.2025).

92. Kovalova O. Classification of neologisms in social networks and methods of their translation. *Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2024. Вип. 75, Т. 2. С. 138–144.

93. New English words that the Internet has given rise to. URL: <https://opentalk.org.ua/langstory/novi-angliiski-slova-yaki-porodiv-internet/> (дата звернення: 10.10.2025).

94. Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com/?tl=true> (дата звернення: 16.09.2025).

95. Shen Yu Impact of social media on the evolution of English semantics through linguistic analysis. *Forum for Linguistic Studies* 6(2). 2024. URL: DOI:10.59400/fls.v6i2.1184 (дата звернення: 02.09.2025).

96. The impact of the Internet on language. URL: <https://opentalk.org.ua/langstory/vplyv-internetu-na-movu/> (дата звернення: 09.09.2025).

97. Twitter автора Actor Ji Sung (@mr__jisung). URL: https://x.com/mr__jisung/status/1805475962085097815 (дата звернення: 16.11.2025).

98. Twitter автора Àniké (@Omolohulla). URL: <https://surl.lt/yunext> (дата звернення: 16.08.2025).

99. Twitter автора Channels Television (@channelstv). URL: <https://x.com/channelstv/status/1325526275868471303> (дата звернення: 16.11.2025).

100. Twitter автора justin (@farringt0n). URL: <https://lnk.ua/wVlz79D4P> (дата звернення: 19.09.2025).

101. Twitter автора Know Your Meme (@knowyourmeme). URL: <https://x.com/knowyourmeme/status/1866579934249877670> (дата звернення: 16.10.2025).

102. Twitter автора Mina^{OA} (@JennnFairy). URL: https://x.com/JennnFairy/with_replies (дата звернення: 19.10.2025).

103. Twitter автора Sarah Rollo (@dollydimples74). URL: <https://x.com/dollydimples74/status/912762814074408964> (дата звернення: 16.11.2025).

104. Using the phrase "groupfie" on the social network Facebook. URL: <https://www.facebook.com/share/1Bu6PNdERR/?mibextid=wwXIfr> (дата звернення: 19.10.2025).

105. Zhu J., Jurgens D. The structure of online social networks modulates the rate of lexical change. URL: <https://arxiv.org/abs/2104.05010> (дата звернення: 07.09.2025).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



Рис. А.1. Twitter автора justin (@farringt0n) [100]

ДОДАТОК Б

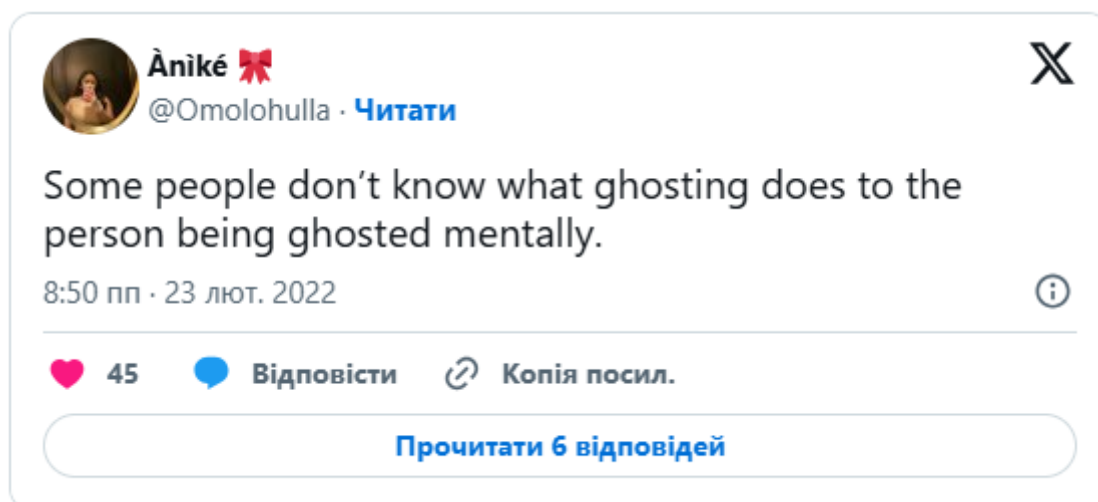


Рис. Б.1. Twitter автора Àniké (@Omolohulla) [98]



Рис. В.1. Допис користувача Ho's Bows [26]

ДОДАТОК Г

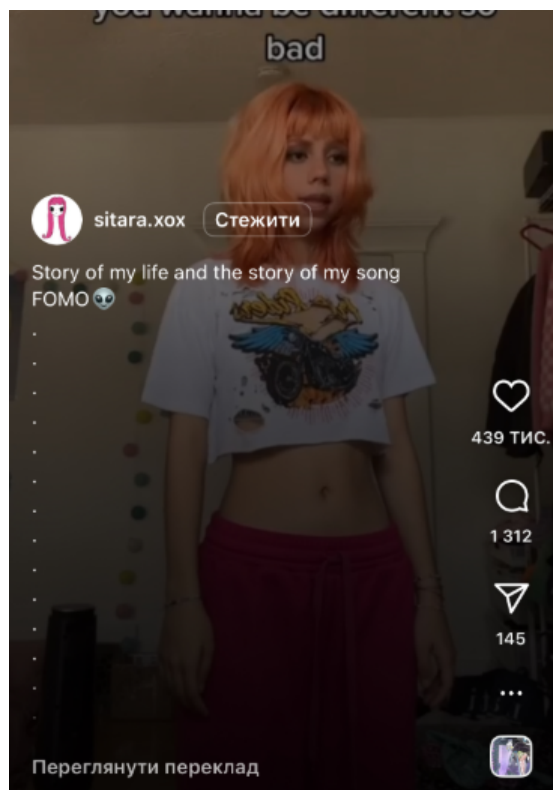


Рис. Г.1. Instagram користувача sitara.xox [91]

ДОДАТОК Д

Рис. Д.1. Twitter автора Mina^{OA} (@JennnFairy) [102]

ДОДАТОК Е



Рис. Е.1. Twitter автора Know Your Meme (@knowyourmeme) [101]

ДОДАТОК Ж

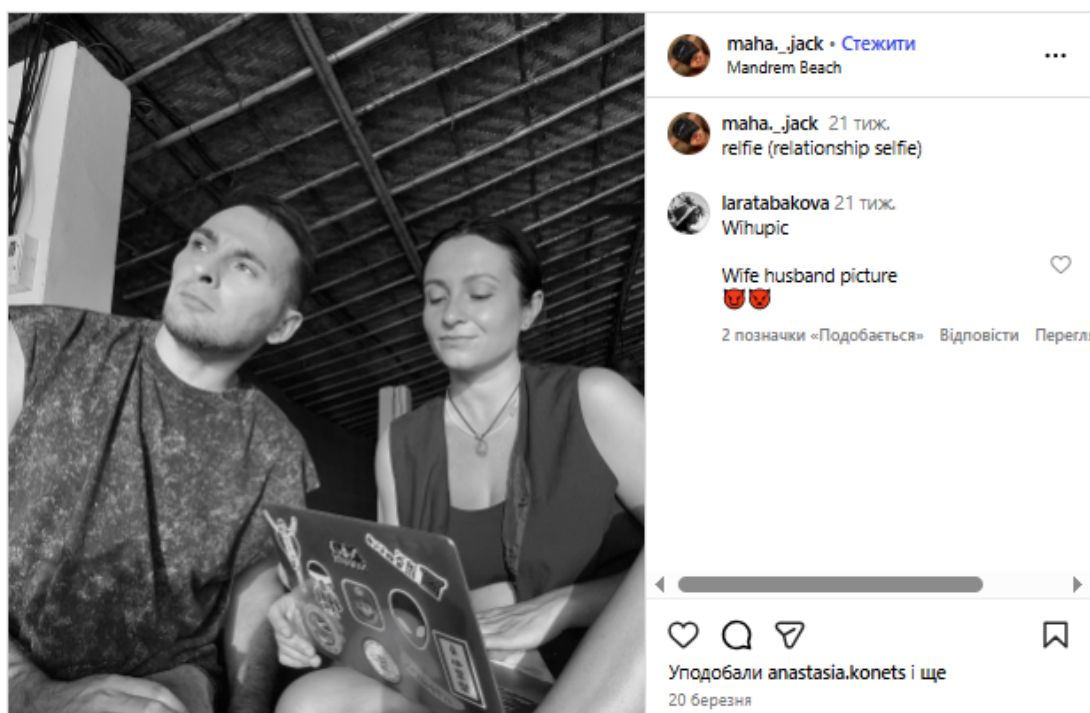


Рис. Ж.1. Instagram користувача maha._jack [90]

ДОДАТОК 3



Рис. 3.1. Використання фрази "groupfie" у соціальній мережі Facebook [104]

ДОДАТОК К

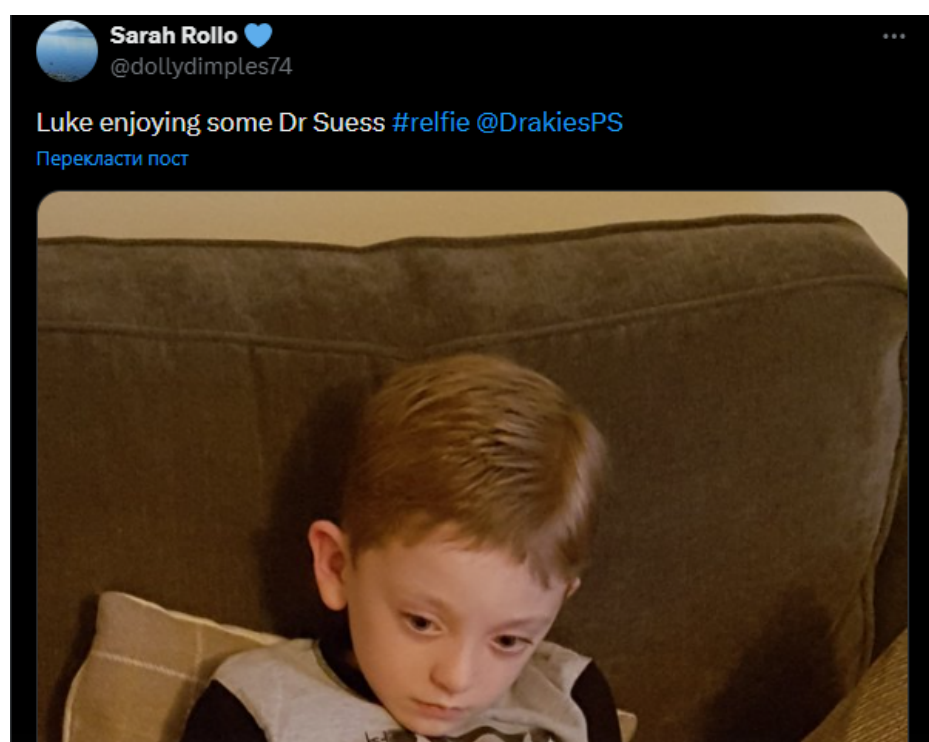


Рис. К.1. Twitter автора Sarah Rollo (@dollydimples74) [103]