



УДК 811.111:81'37:004.42

DOI <https://doi.org/10.15407/nz2025.05.1299>

МОВА АНГЛІЙСЬКИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: НЕОЛОГІЗМИ, СЛЕНГ, ГРАФІЧНІ СКОРОЧЕННЯ

Катерина ЗАЙЦЕВА

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7171-4826>

кандидатка педагогічних наук, доцентка,

Південноукраїнський національний педагогічний університет

ім. К.Д. Ушинського, кафедра германської філології та

методики викладання іноземних мов,

вул. Старопортофранківська, 26, 65020, м. Одеса, Україна,

Аліна БЕЛИКА

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0747-1932>

старша викладачка, Житомирський державний університет

імені Івана Франка, кафедра слов'янської

і германської філології та перекладу,

вул. Велика Бердичівська, 40, 10008, Житомир, Україна,

Діана БІРЮКОВА

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1721-0122>

кандидатка філологічних наук, доцентка,

Університет митної справи та фінансів,

кафедра іноземної філології, перекладу

та професійної мовної підготовки,

вул. Володимира Вернадського, 2/4, 49000, Дніпро, Україна,

Мета дослідження — визначити та проаналізувати особливості функціонування неологізмів, сленгу та графічних скорочень у мові англійських соціальних мереж, з'ясувати їхні джерела, словотвірні моделі та комунікативні функції. Використано описовий *метод* для фіксації мовних одиниць; *метод* контент-аналізу для систематизації прикладів із соціальних мереж; елементи порівняльного аналізу для виявлення відмінностей між традиційним та онлайн-вживанням; кількісний аналіз для оцінки частотності окремих груп лексики. **Висновки:** мова англійських соціальних мереж виступає важливим індикатором сучасних словотвірних процесів та змін у комунікативних практиках. Її дослідження дає змогу не лише простежити динаміку оновлення лексичного складу, а й глибше зрозуміти механізми формування цифрової культури спілкування.

Ключові слова: англійська мова, соціальні мережі, неологізми, сленг, графічні скорочення, цифрова комунікація, словотвір.

Kateryna ZAITSEVA

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7171-4826>

Candidate of Pedagogical Sciences,

Associate Professor of the Department of Germanic

Philology

and Methods of Teaching Foreign Languages,

South Ukrainian National Pedagogical University named

after K.D. Ushynsky,

26, Staroportofrankivska St., 65020, Odesa, Ukraine,

Alina VELIKA

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0747-1932>

Senior lecturer of the Department of the Slavic

and the Germanic Philology and Translation,

Zhytomyr Ivan Franko State University,

40 Velyka Berdychivska St., 10008, Zhytomyr, Ukraine,

Diana BIRIUKOVA

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1721-0122>

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Foreign Philology,

Translation and Professional Language Training,

University of Customs and Finance,

2/4 Volodymyr Vernadsky St., 49000, Dnipro, Ukraine,

THE LANGUAGE OF ENGLISH SOCIAL NETWORKS: NEOLOGISMS, SLANG, GRAPHIC ABBREVIATIONS

Introduction. Modern English is rapidly evolving under the influence of digital communication. Social networks like Facebook, Instagram, and Twitter promote linguistic innovation through new words, abbreviations, and stylistic devices. **Problem Statement.** Although neologisms in English have been widely studied, research on their use in social networks remains limited. **Purpose.** This study analyzes neologisms, slang, and graphic abbreviations in English social networks, examining their sources, formation, and communicative functions. **Methods.** Descriptive, comparative, and quantitative analyses were used to record examples from social media and determine usage frequency and differences from traditional language. **Conclusions.** English social networks are major sources of lexical innovation. Neologisms often arise through compounding, clipping, and conversion; slang adds expressiveness; and graphic abbreviations enhance communication efficiency. Many new units quickly move from online to general usage.

Keywords: English language, social networks, neologisms, slang, graphic abbreviations, digital communication, word formation.

Вступ. Англійська мова в сучасних умовах функціонує як відкрита та високодинамічна система, що перебуває у стані безперервного розвитку та збагачення. Одним із найпомітніших виявів цієї динаміки є поява нових лексичних одиниць — неологізмів. Потужним чинником їх утворення виступає цифрове комунікативне середовище, передусім соціальні мережі, які сьогодні є органічною складовою повсякденного спілкування мільйонів користувачів.

Міжнародний статус англійської мови зумовив трансформацію таких платформ, як Facebook, Instagram і Twitter, з національних американських сервісів у глобальні комунікаційні простори. Саме в цих середовищах інтенсивно формуються та поширюються нові слова, вирази й графічні скорочення. Науковці визначають це явище як своєрідний «неологічний бум», адже темпи оновлення та поповнення словника в соціальних мережах істотно перевищують показники традиційних сфер мовного вжитку.

Ключову роль у процесі відіграють продуктивні словотвірні моделі, що забезпечують швидку інтеграцію нових понять у мовну систему. У цьому контексті вивчення лексики англійських соціальних мереж, зокрема неологізмів, сленгових одиниць та графічних аббревіацій, набуває особливої актуальності як для з'ясування сучасних словотвірних тенденцій, так і для аналізу впливу цифрової комунікації на еволюцію англійської мови загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема неологізмів у сучасній англійській мові, зокрема в контексті соціальних мереж, не є новою для лінгвістики і продовжує привертати значну увагу дослідників. Вивчення неологізації лексичного складу англійської мови останніх років було предметом досліджень таких українських лінгвістів, як А.В. Лебедева [1], Г. Намачинська та М. Ціта [2], О.Д. Остафійчук [3], Я. Хижун і С. Дишлева [4]. Ці дослідники розглядають як загальні закономірності появи неологізмів, так і їхній лінгвістичний статус у сучасному мовленні, зокрема в медійному просторі та соціальних мережах.

Зарубіжні вчені також приділяють значну увагу цій проблематиці. Зокрема, у роботах Л. Бауер, Р. Лібер, І. Плаг [5] досліджуються словотвірні процеси, що лежать в основі створення нових слів у сучасній англійській мові, а також специфіка лексичних та графічних скорочень, які є надзвичайно поширени-

ми в онлайн-комунікації. Cambridge Dictionary [6], Merriam-Webster [7] та Oxford English Dictionary [5; 8] систематично оновлюють свої бази, фіксуючи появу нових лексичних одиниць — неологізмів, які активно впроваджуються у вживання через соціальні мережі.

Особливу увагу в сучасних дослідженнях приділяють сленгу і графічним скороченням, що стали невід'ємною частиною мови соцмереж. Відомо, що ці мовні явища відображають потреби швидкої та емоційної комунікації в цифровому середовищі, де обмеження символів та швидкість обміну інформацією диктують особливі мовні форми. Аналізуючи ці процеси, Т. Маршалл [9] відзначає, що соціальні мережі суттєво впливають на мовні тенденції, пришвидшуючи появу та поширення неологізмів, сленгу і скорочень.

Отже, вивчення мови англійських соціальних мереж у контексті неологізмів, сленгу та графічних скорочень є актуальним і багатограним напрямом сучасної лінгвістики, що поєднує аналіз словотворчих, семантичних і прагматичних аспектів мовленнєвих інновацій.

Мета роботи полягає у виявленні, систематизації та аналізі особливостей формування й функціонування неологізмів, сленгових одиниць і графічних скорочень в англійських соціальних мережах, а також у визначенні їхнього впливу на сучасний лексичний склад англійської мови та особливості комунікації в цифровому середовищі.

Основна частина. Неологізми є одним із провідних шляхів збагачення словникового складу англійської мови. За даними організації *The Global Language Monitor*, нове слово в англійській з'являється приблизно кожні півтори години, а щорічно до словників додається від 800 до 1000 лексичних одиниць [10]. Редактори третього видання *Oxford English Dictionary*, завершення якого планується до 2037 року, повідомляють, що темп поповнення сягає близько 4000 слів на рік. Так, у 2014 році до нього було включено понад 2500 нових слів [5]. Таким чином, приріст словникового складу може становити тисячі, а іноді й десятки тисяч одиниць щорічно.

Поява значної кількості неологізмів зумовлюється не лише стрімким розвитком технологій і суспільних процесів, але й багатоваріантністю самої англій-

ської мови. Американський варіант, наприклад, містить тисячі слів, відсутніх у британському, тоді як у китайському варіанті поширені лексеми, зрозумілі лише носіям цього діалекту. Сучасні дослідження, зокрема А.В. Лебедевої, свідчать, що більшість нових слів утворюється за рахунок внутрішніх ресурсів мови [1, с. 207].

У наш час соціальні мережі стали потужним середовищем для творення нової лексики. Особливо активно у цьому процесі є молодь, яка найшвидше реагує на зміни в культурі та технологіях і виступає головним джерелом сленгових одиниць, неологізмів і графічних скорочень у цифровій комунікації.

На думку Г. Намачинської та М. Ціти, причини виникнення нових слів охоплюють як позамовні (стан суспільства, рівень потреб, досягнення у науці та техніці, культурні зміни), так і внутрішньомовні чинники (потенціал мовної системи, словотвірні закони, тенденції мовної економії та аналогії). Нові лексеми, з'являючись у мові соціальних мереж, повинні не лише відображати нові явища, а й відповідати усталеним граматичним і словотвірним нормам [2].

Стрімке зростання кількості таких слів зумовлює необхідність їх систематизації та класифікації. Однак визначення поняття «неологізм» залишається дискусійним: для одних — це будь-яке нещодавно утворене слово, маловідоме широкому загалу, для інших — лише ті одиниці, що позначають принципово нові реалії. Дослідники наголошують на складнощях у відмежуванні неологізмів від сленгу, професіоналізмів і термінів, що особливо актуально у контексті соціальних мереж, де межі між цими категоріями часто розмиті [4].

Аналіз наукових джерел свідчить про відсутність єдиного підходу до визначення поняття *неологізм*, що зумовлює різноманітність тлумачень цього терміна в сучасному мовознавстві. Активне виникнення нових слів, яке відбувається з надзвичайною швидкістю, призвело до формування окремого напрямку — неології, що досліджує особливості утворення нових лексичних одиниць у сучасних мовах.

Дослідження неологізмів набуває особливої актуальності, адже багато з них швидко переходять із пасивного словника в активний, активно функціонуючи в повсякденній комунікації, зокрема й у соціальних мережах англомовного сегмента (Facebook, Instagram, X/Twitter). Сучасні лінгвісти пропонують

кілька підходів до їх класифікації, враховуючи різні критерії: час появи (абсолютні та відносні), спосіб утворення (лексичні, семантичні), функційне призначення (номінативні, стилістичні), тип мовної одиниці (неолексеми, неофраземи, неосемеми) [9].

У зарубіжній і вітчизняній науковій традиції поширеною є також класифікація за логіко-семантичними ознаками та способами словотворення. Так, О.Д. Остафійчук виокремлює три основні типи:

- власне неологізми — слова, що є новими як за формою, так і за значенням;
- новотвори — слова з новою формою, утвореною з уже відомих морфем у незвичних комбінаціях;
- семантичні неологізми — слова з відомою формою, але новим значенням.

За класифікацією А.В. Лебедевої, неологізми поділяють на морфологічні, лексичні та стилістичні. Морфологічні трапляються в англійській мові відносно рідко та створюються не на основі існуючих морфем (наприклад, *Kodak*, *Gas*).

У контексті англійських соціальних мереж неологізми відіграють особливу роль, оскільки саме тут відбувається швидка поява й поширення нових слів, часто поряд зі сленгом та графічними скороченнями, що формують унікальний комунікативний простір цифрової культури.

Лексичні новотвори в англійських соціальних мережах формуються кількома основними шляхами: через словотвір на базі вже наявного мовного матеріалу, завдяки набуттю існуючими словами нових значень або шляхом запозичень з інших мов; у деяких випадках — через перенесення елементів з діалектної лексики у загальнолітературну.

Стилістичні неологізми створюються для надання емоційно-експресивної оцінки певним поняттям. До них належать оказіоналізми — індивідуальні мовні утворення з виразним експресивним забарвленням, створені за звичними або новими словотвірними моделями. На відміну від власне неологізмів, вони зазвичай не стають частиною загальноновживаного словника [1, с. 207—208].

Дослідники розглядають неологізми з різних теоретичних позицій — від стилістичної та психолінгвістичної до лексикографічної, структурної та історичної. У західній лінгвістиці переважає лексикографічний підхід, згідно з яким новим словом вважають одиницю, що ще не зафіксована в словниках, має

нове значення і перебуває в активному вжитку щонайменше кілька років [9].

Критерії класифікації нових слів включають спосіб їх потрапляння в мову, належність до мови чи мовлення, тривалість існування, походження та сферу використання. За способом входження в мовну систему вирізняють:

Фонологічні неологізми — утворення зі звуків, як-от *zzz*, що імітує звук хрюпіння в коміксах.

Морфологічні неологізми — слова, сформовані з морфем за усталеними моделями, наприклад *duckface* (іменник + іменник) чи *digital afterlife* (прикметник + іменник).

Лексичні неологізми — найпоширеніша група, до якої належать слова, створені за продуктивними моделями або запозичені з інших мов, наприклад *ninja* (япон.), *bahala na* (філіпін.).

Семантичні неологізми — вже відомі слова, що отримали нові значення, як-от *troll*, яке з «міфічної істоти» перетворилося на позначення інтернет-користувача, що провокує конфлікти [4].

Серед інновацій, поширених у соціальних мережах, можна відзначити терміни, пов'язані з цифровим способом життя (*digital detox*, *phone stack*, *unplugged wedding*), специфічними явищами комунікації (*gloatgram*, *texttetary*), а також антропоніми (*Facebook Drama Queen*, *Tweethearts*).

Такі новоутворення яскраво демонструють, як англійська мова реагує на швидкі зміни цифрового середовища та глобальної комунікації, зокрема в соціальних мережах, створюючи нові слова, значення й стилістичні відтінки.

Фразеологічні неологізми. У сучасному англомовному інтернет-просторі, зокрема в соціальних мережах, з'являються нові фразеологічні одиниці, які активно вживаються користувачами. Такі вирази можуть позначати абсолютно нові явища або надавати нову назву вже відомим поняттям. Їх кількість, однак, значно менша порівняно з іншими видами неологізмів. Особливістю цієї групи є синтаксична форма словосполучення. Наприклад, у мові соціальних платформ можна зустріти вислів *learn the ropes* («опанувати основи») або іронічне словосполучення *football widow* («жінка, чий чоловік постійно дивиться футбол»).

Візуальні неологізми. Окрему групу становлять нові слова, у яких змінюється написання, але збері-

гається вихідна вимова, а інколи й значення. У соціальних мережах це часто використовується для створення гумористичного або іронічного ефекту. Наприклад, *terror wrist* («зануда») утворене за грою слів від *terror* («терор») та *wrist* («зап'ястя»), за аналогією з *terrorist* («терорист»).

За сферою вживання неологізми можна поділити на узуальні та неuzuальні. Перші активно функціонують у стандартній англійській мові, другі ж — індивідуально-авторські утворення (оказіоналізми), характерні для постів, мемів і коментарів у соціальних мережах.

За тривалістю існування розрізняють:

а) короткочасні неологізми, створені для конкретного контексту або медіатренду, які швидко зникають (наприклад, іронічні утворення на зразок *Toryism* у політичних дискусіях);

б) неологізми, що з часом стають частиною літературної мови, як-от *latte*, яке нині вважається загальноживаним;

в) слова, які певний час були популярними, але вийшли з ужитку, наприклад, *velocipede*, яке замінило сучасне *bicycle*.

Сьогодні соціальні мережі стали невід'ємною частиною повсякденного життя мільйонів людей, і їхній мовний простір формує особливий пласт сучасної англійської мови. У процесі комунікації в цих онлайн-спільнотах постійно з'являються нові слова та вирази, а вже відомі лексичні одиниці набувають оновленого змісту. Символічним прикладом цього є включення до *Oxford English Dictionary* у 2011 році таких популярних скорочень, як **LOL** (*laughing out loud*) та **OMG** (*oh my God*). Раніше у словник були внесені **IMHO** (*in my humble opinion*), **TMI** (*too much information*) та **BFF** (*best friends forever*), що свідчить про проникнення інтернет-сленгу у позавіртуальну комунікацію [8].

Ключовою умовою утворення нових слів є наявність продуктивних словотвірних моделей. У сучасній англійській мові найактивніше застосовуються такі способи творення, як скорочення (апокопи, афери, телекопія), афіксація, словоскладання та конверсія. Менш поширеними залишаються ониматопея (напр., *tweet*, що відтворює звук щебетання пташки) та редуплікація (*riff-raff*, *wishy-washy*). Дослідження показують, що скорочення становлять понад половину нових лексем, які виникають у мові користувачів соціальних мереж.

Тенденція до економії мовних засобів виявляється у створенні стиснутих форм слів, часто через злиття їхніх частин, що призводить до появи як лексичних, так і графічних аббревіатур. Зокрема, за класифіка-

цією А.В. Лебедєвої можна виокремити такі типи (див. таблиця).

У сучасному інтернет-середовищі англomовні соціальні мережі постійно продукують мовні іннова-

Таблиця

Різновиди скорочень за А.В. Лебедєвою

Тип скорочення	Підтип	Приклад	Розгорнута форма/ Походження
1. Складові скорочення	Апокопи (усічення кінцевої частини слова)	<i>Tab</i>	<i>tablet</i>
	<i>Glam</i>	<i>glamorous</i>	
	<i>Fab</i>	<i>fabulous</i>	
Аферези (усічення початкової частини слова)	<i>Blog</i>	<i>weblog</i>	
	<i>Rents</i>	<i>parents</i>	
Змішані усічення (поєднання аферези та апокопи)	<i>Gratz</i>	<i>congratulations</i>	
Синкопи (усічення внутрішньої частини слова)	<i>Igers</i>	<i>Instagrammers</i>	
2. Багатокомпонентні скорочення	Комбіновані аббревіатури (зі скорочених частин кількох слів)	<i>SoLoMo</i>	<i>Social + local + mobile</i>
	<i>MoJo</i>	<i>Mobile + journalism</i>	
Телескопні слова (зрощення)	<i>Celfie</i>	<i>Celebrity + selfie</i>	
	<i>Facebrag</i>	<i>Facebook + bragging</i>	
	<i>Instapic</i>	<i>Instagram + picture</i>	
	<i>Nomophobia</i>	<i>No + mobile + phone + phobia</i>	
	<i>Twiplomat</i>	<i>Twitter + diplomat</i>	
3. Ініціальні скорочення	Ініціалізми (вимовляються по літерах)	<i>HT</i>	<i>hashtag</i>
	<i>MBF</i>	<i>must be following</i>	
	<i>PRT</i>	<i>please re-tweet</i>	
Акроніми (вимовляються як слово)	<i>JOMO</i>	<i>joy of missing out</i>	
	<i>FMOT</i>	<i>follow me on Twitter</i>	
	<i>FOGO</i>	<i>fear of going offline</i>	
Акроніми-омоніми (мають кілька значень)	<i>BOL</i>	<i>best of luck / bark out loud</i>	

ції — неологізми, сленгові вирази та графічні скорочення, котрі виконують кілька взаємозалежних функцій: вони скорочують час передачі повідомлення, служать маркерами групової ідентичності, дозволяють створювати іронію або індексувати ставлення (*stance*), а також сприяють креативній економії простору в інтерфейсах (хештеги, обмеження знаків, швидкі діалоги в коментарях). Вказані мовні одиниці виникають у конкретних комунікативних контекстах — наприклад, у підписах до фотографій в Instagram, у підсумкових реплаях в Twitter/X або в тематичних групах на Facebook — і далі «приписуються» окремим платформам залежно від їхніх функціональних особливостей. Нижче розглядаються приклади з кожної платформи, показуються механізми утворення й функціональні наслідки для англійської онлайн-лексики.

Почнемо з категорії неологізмів і питомих інтернет-семантик. Один із найпоширеніших прикладів — *finsta* (від *fake Instagram*): це термін, що означає приватний, часто «неофіційний» акаунт в Instagram, куди користувачі викладають більш щирий або менш «брендований» контент. У відкритих публікаціях користувачі прямо називають такі акаунти «finsta» (приклад: Instagram-пост *i found my old finsta...* — явна самоідентифікація терміном [11]), а відомі особи іноді згадують свої «finsta» у твітах [12]. Наведені пости показують, що термін уживається в підписах і обговореннях самих користувачів Instagram і Twitter/X як власна назва специфічного типу акаунту (Instagram-профілі, що використовують «finsta» у назві [13]).

Інший приклад — *stan* (як іменник/дієслово: *I stan X*) — термін, що історично походить від поп-культури і пісні Eminem *Stan*, але в соцмережах він ось уже роками використовується як маркер інтенсивної прихильності або фанатської відданості. У публічних постах Facebook бачимо, як термін пояснюється і вводиться в обіг у навчальних/пояснювальних дописах для ширшої аудиторії (пост-гласарії у групі: *STAN — what does it mean?* [14]), що свідчить про його закріпленість у лексиконі користувачів цієї платформи.

Сленг, що активно циркулює в коротких форматах (Twitter/X та Instagram captions/reels), включає Gen-Z лексику — *cap / no cap*, *sus*, *mid*, *bet*, *ratio*, *bruh*, *yeet*, *delulu* — у Twitter/X зустрічаєть-

ся у великій кількості твітів і ланцюжків реплаїв, де кожний із цих маркерів виконує оперативну роль: швидко позначити правдивість/неправдивість твердження (*cap/no cap*), виразити іронію чи несхвалення (*sus*, *bruh*), підкреслити емоційний відгук (*yeet*, *slay*). Публічні твіти й меми прямо відтворюють послідовності таких одиниць у формі *list of words I say that shouldn't come out of my mouth: sus, bruh, yeet, cap / no cap...* [15; 16].

Особлива група — графічні скорочення та аббревіатури, які найкраще видно у візуально-орієнтованих публікаціях Instagram (хештеги, підписи, реєли) та у швидкому чат-дискурсі. Типові приклади: *BRB* (*Be Right Back*), *LOL*, *TBT* (*Throwback Thursday*), *ICYMI*, *FYI*, *DM*, *ASAP*, *TYSM* — їх часто використовують у підписах і в хештегах (напр., *#TBT* у ностальгічних дописах [17]; *BRB* як жартівливий підпис у рілзах [18]; навчальні reels, які пояснюють значення скорочень [19; 20]).

Звернімо увагу на фонетико-графічні скорочення, де цифри і літери комбінуються: *CUL8R* (*see you later*) [21; 22], *HB2U* (*happy birthday to you*) [23] та інші приклади *leet/SMS-стилю* — ці одиниці часто зустрічаються як у твіттер-дискурсі, так і в постах/відеоанонсах. Вони наочно ілюструють, як графічна економія поєднується з фонетичною підказкою ($8 \approx /et/$, $2 \approx to/too$), що робить їх зручними для швидкого друку на мобільних пристроях.

Функціональний аналіз цих одиниць показує кілька закономірностей.

По-перше, економія і швидкість — у середовищі, де повідомлення мають бути короткими й миттєвими, скорочення дозволяють передавати багатозначні меседжі економно.

По-друге, індексування ідентичності — використання певного сленгу (*stan*, *no cap*) сигналізує приналежність до певної когортної групи, що видно у флешмобах та фан-групах у Facebook/Instagram [14; 11—12].

По-третє, креативність і багатозначність — деякі скорочення залишаються графемними (*DM*, *BRB*), інші швидко фонетизуються (*stan*, *rizz*) залежно від частоти вживання та контексту [16; 19; 20].

З мовно-структурної точки зору, можна виділити типи утворення: (1) композиція (*YouTuber*), (2) контракція (*fab* ← *fabulous*), (3) акроніми (*ICYMI*, *BRB*, *DM*), (4) фоно-графічні комбінації

(*CUL8R*, *HB2U*), (5) семантичні зміни (*stan*). У цифровому середовищі межі між цими типами розмиті: одиниця, що почалася як аббревіатура, може стати повноцінним словом [21—23].

Соціолінгвістично, цифровий сленг демонструє швидку лексичну інновацію, а платформи виконують різні ролі: Instagram — «мемізує» скорочення [17—19], Twitter/X — поширює їх у стрічці [15; 16], Facebook — закріплює значення у публічних глосаріях [14].

Висновки. У сучасному світі, де темп життя стрімко зростає, а інформаційні технології розвиваються блискавично, соціальні мережі стали невід'ємною складовою повсякдення для багатьох людей. Особливо це стосується молодого покоління, для якого Інтернет-спілкування перетворилося на новий формат комунікації та соціальної взаємодії. Відтак з'являється необхідність у мовному відображенні нових понять і явищ, що виникають у просторі соціальних платформ.

Виділені лексичні новотворення поділяються на три категорії: власне неологізми, які мають нову форму та зміст (наприклад, *bromance*, *FOGO*, *NOLM*); стилістичні або okazіональні новотвори (*POTUS*, *FLOTU* тощо); а також семантичні неологізми — вже існуючі слова з оновленим значенням (*friend*, *troll*, *wall*). Перші дві групи, окрім семантичної, найчастіше зустрічаються серед неологізмів-скорочень у досліджених соцмережах.

Користувачі таких міжнародних платформ, як Twitter, Facebook та Instagram, активно застосовують різні види графічних скорочень — сигли, суспензії та контрактури. Проте найбільш чисельними і продуктивними є фоноідеограми.

Переважна більшість проаналізованих неологізмів-скорочень має сленгове походження, але багато з них уже включені або незабаром будуть внесені до інтернет-словників англійської мови. Деякі скорочення з часом набувають статусу інтернаціоналізмів. Перспективним напрямом подальших досліджень є вивчення інших словотвірних способів утворення неологізмів, зокрема афіксації та конверсії, як в окремих соціальних мережах, так і в кількох платформах одночасно.

1. Лебедева А.В. Неологізація лексичного складу англійської мови новітнього часу. *Нова філологія*: зб.

- наук. пр. 2021. № 81. Т. 1. С. 206—210. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewBy-FileId/2015285> (дата звернення: 12.08.2025).
2. Намачинська Г., Ціта М. Неологізми в сучасній англійській мовній періодиці. *Вісник науки та освіти*. 2024. № 11 (29). DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11\(29\)-548-557](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11(29)-548-557) (дата звернення: 12.08.2025).
3. Остафійчук О.Д. Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31 (70). № 3 (1). С. 156—160. URL: https://philol.vernadsky-journals.in.ua/journals/2020/3_2020/part_1/30.pdf (дата звернення: 12.08.2025).
4. Хижун Я., Дишлева С. Неологізми сучасної англійської мови: мовознавчий статус та параметри класифікації. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2023. № 1 (23). DOI: <https://doi.org/10.32782/2617-3921.2023.23.150-160> (дата звернення: 12.08.2025).
5. Oxford English Dictionary. *New word entries*. URL: <https://www.oed.com/information/updates/september-2023/new-word-entries/> (дата звернення: 12.08.2025).
6. Cambridge Dictionary. Neologism. *Cambridge English Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/neologism> (дата звернення: 12.08.2025).
7. Merriam-Webster. Neologism. *Merriam-Webster Dictionary*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/neologism> (дата звернення: 12.08.2025).
8. Wikipedia contributors. Oxford English Dictionary. Wikipedia, The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Oxford_English_Dictionary (дата звернення: 12.08.2025).
9. Marshall T. Neologism. Definition, Use & Examples. *Scribbr*. 2025. URL: <https://www.scribbr.com/rhetoric/neologism/> (дата звернення: 12.08.2025).
10. The Global Language Monitor. *How many words enter the English language each year*. *Atkins Bookshelf*. URL: <https://atkinsbookshelf.wordpress.com/tag/how-many-words-enter-the-english-language-each-year/> (дата звернення: 12.08.2025).
11. Instagram — «*i found my old finsta...*» (приклад використання *finsta*). URL: <https://www.instagram.com/p/DGKxRnHxLJX/> (дата звернення: 12.08.2025).
12. Twitter/X — Bebe Rexha згадує «*finsta*» у *twiimi* (приклад вживання знаменитістю). URL: <https://twitter.com/BebeRexha/status/1873774436614349221> (дата звернення: 12.08.2025).
13. Instagram — *акаунт/профіль з «finsta» у назві* (приклад вживання терміна у назві профілю). URL: https://www.instagram.com/finsta.app_/ (дата звернення: 12.08.2025).
14. Facebook — пости-пояснювачі «*STAN — what does STAN mean?*» (навчальні дописи у спільнотах). URL: <https://www.facebook.com/slangwiseblog/posts/-slang-of-the-day-stan-what-does-stan-mean-in-slang->

- ever-seen-someone-say-i-stan/122161409984564122/ (дата звернення: 12.08.2025).
15. Twitter/X — твіти зі списками Gen-Z слів (cap/no cap, sus, etc.): приклад твіту «Words I say that shouldn't come out of my mouth: sus, bruh, yeet, cap / no cap...». URL: <https://twitter.com/onlythehost/status/> (дата звернення: 12.08.2025).
 16. Twitter/X та Instagram — приклади «no cap» у твіттері (множинні публікації). URL: <https://twitter.com/Suuwoogang/status/1763911036481003570>; https://twitter.com/kdub27_/status/182818148-2348912878 (дата звернення: 12.08.2025).
 17. Instagram — пост / реел із хештегом #TBT (Throwback Thursday). URL: <https://www.instagram.com/p/DMYVbhFN6k-/> (дата звернення: 12.08.2025).
 18. Instagram — реел «BRB. A Summer in Egypt...» (приклад BRB у підписі). URL: https://www.instagram.com/reel/DITuLHTs_Bh/ (дата звернення: 12.08.2025).
 19. Instagram — реел/пост «Ever seen abbreviations like ASAP, BRB, or FYI?» (навчальний reel про скорочення). URL: <https://www.instagram.com/reel/DM2v-9tMy8vl/> (дата звернення: 12.08.2025).
 20. Instagram — reel: «Ever wondered what abbreviations like TYSM, BTW, W8, BRB, and ASAP mean?» (пояснювальний контент, приклад графічних скорочень). URL: https://www.instagram.com/light.s_workshop/reel/DNLT74OO8qZ/ (дата звернення: 12.08.2025).
 21. Twitter/X — приклади «CUL8R» (твіти, що використовують CUL8R; також CUL8R як бренд/назва треку). URL: https://twitter.com/scorebook_bob/status/1287187376436117504; <https://www.facebook.com/arizonazervas/posts/c-u-l8r-drops-this-fridaypre-save-now-arizonazervaslnktocul8r/> (дата звернення: 12.08.2025).
 22. Instagram — профілі/реели з «CUL8R» (бренд / хештег). URL: https://www.instagram.com/cul8r_wear/ (дата звернення: 12.08.2025).
 23. Twitter/X — приклади «HB2U» у твітах/інстаграм-постях (фонетико-графічне скорочення «happy birthday 2 u»). URL: <https://twitter.com/bobuk/status/1834498720391422060>; <https://www.instagram.com/reel/DNAzW4jiQtc/>; <https://www.facebook.com/colorsstudios/videos/isaiah-rashad-hb2u-a-colors-show-snippet/> (дата звернення: 12.08.2025).
- REFERENCES
- Lebedeva, A.V. (2021). Neologization of the lexical composition of the English language in the modern era. *New Philology: Collection of Scientific Proceedings*, 81 (Vol. 1, pp. 206—210). Retrieved from: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/2015285> [in Ukrainian].
- Namachynska, G., & Tsita, M. (2024). Neologisms in modern English-language periodicals. *Bulletin of Science and Education*, 11 (29). DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11\(29\)-548-557](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11(29)-548-557) [in Ukrainian].
- Ostafychuk, O.D. (2020). Neologisms of the English language in modern society. *Scientific Notes of the V.I. Vernadsky Tavrichesky National University. Series: Philology. Social Communications*, 3 (1) (Vol. 31 (70), pp. 156—160). Retrieved from: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/3_2020/part_1/30.pdf [in Ukrainian].
- Khizhun, Ya., & Dyshleva, S. (2023). Neologisms of modern English: linguistic status and classification parameters. *Modern Research in Foreign Philology*, 1 (23), 150—160. DOI: <https://doi.org/10.32782/2617-3921.2023.23.150-160> [in Ukrainian].
- Oxford English Dictionary. *New word entries*. Retrieved from: <https://www.oed.com/information/updates/september-2023/new-word-entries/>.
- Cambridge Dictionary. Neologism. *Cambridge English Dictionary*. Retrieved from: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/neologism>.
- Merriam-Webster. Neologism. *Merriam-Webster Dictionary*. Retrieved from: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/neologism>.
- Wikipedia contributors. Oxford English Dictionary. *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Retrieved from: https://en.wikipedia.org/wiki/Oxford_English_Dictionary.
- Marshall, T. (2025). Neologism. Definition, Use & Examples. *Scribbr*. Retrieved from: <https://www.scribbr.com/rhetoric/neologism/>.
- The Global Language Monitor. How many words enter the English language each year. *Atkins Bookshelf*. Retrieved from: <https://atkinsbookshelf.wordpress.com/tag/how-many-words-enter-the-english-language-each-year/>.
- Instagram — «i found my old finsta...». Retrieved from: <https://www.instagram.com/p/DGKxRnHxLJX/>.
- Twitter/X — Bebe Rexha mentions «finsta» in tweet. Retrieved from: <https://twitter.com/BebeRexha/status/187-3774436614349221>.
- Instagram — account/profile with «finsta» in the name. Retrieved from: https://www.instagram.com/finsta.app_/.
- Facebook — explanatory posts «STAN — what does STAN mean?». Retrieved from: <https://www.facebook.com/slangwiseblog/posts/-slang-of-the-day-stan-what-does-stan-mean-in-slang-ever-seen-someone-say-i-stan/122161409984564122/>.
- Twitter/X — tweets with Gen-Z words (cap/no cap, sus, etc.). Retrieved from: <https://twitter.com/onlythehost/status/>.
- Twitter/X & Instagram — examples of «no cap» in tweets. Retrieved from: <https://twitter.com/Suuwoogang/status/1763911036481003570>; https://twitter.com/kdub27_/status/1828181482348912878.
- Instagram — post/reel with #TBT (Throwback Thursday). Retrieved from: <https://www.instagram.com/p/DMYVbhFN6k-/>.
- Instagram — reel «BRB. A Summer in Egypt...». Retrieved from: https://www.instagram.com/reel/DITuLHTs_Bh/.
- Instagram — reel/post «Ever seen abbreviations like ASAP, BRB, or FYI?». Retrieved from: <https://www.instagram.com/reel/DM2v9tMy8vl/>.
- Instagram — reel «Ever wondered what abbreviations like TYSM, BTW, W8, BRB, and ASAP mean?». Retrieved

from: https://www.instagram.com/light.s_workshop/reel/DNLT74OO8qZ/.

Twitter/X — examples of «CUL8R» (tweets, brand/track).

Retrieved from: https://twitter.com/scorebook_bob/status/1287187376436117504; <https://www.facebook.com/arizonazervas/posts/c-u-l8r-drops-this-fridaypre-save-now-arizonazervaslnktocul8r/>.

Instagram — profiles/reels with «CUL8R» (brand/hashtag).

Retrieved from: https://www.instagram.com/cul8r_wear/.

Twitter/X — examples of «HB2U» in tweets/Instagram posts.

Retrieved from: <https://twitter.com/bobuk/status/1834498-720391422060>; <https://www.instagram.com/reel/DNAzW4ji-Qtc/>; <https://www.facebook.com/colorsxstudios/videos/isaiah-rashad-hb2u-a-colors-show-snippet/>.