

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
кафедра загального мовознавства, класичної філології та неоелліністики**

**ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА
НА СУЧАСНУ НОВОГРЕЦЬКУ ЛЕКСИКУ**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «магістр»
студентки II курсу магістратури
освітньої програми
«Новогрецька філологія, англійська мова та переклад»,
спеціальність – 035 Філологія (035.081 Новогрецька мова
і література (переклад включно)),
Марія Андріївна КАЗАНЦЕВА
Науковий керівник:
к. філол. н., доц. Оксана КОЩІЙ

«Допущено до захисту»
Протокол засідання
кафедри загального мовознавства, класичної
філології та неоелліністики
протокол №__ від «__» _____ 20__ року
завідувач кафедри _____
д. філол. н., проф. Світлана ГРИЦЕНКО

КИЇВ

2025

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ЛЕКСИЧНУ СИСТЕМУ МОВИ	10
1.1. Лексична система мови як динамічна структура: неологія та мовні контакти	10
1.2. Глобалізація та англізація як провідні чинники трансформації сучасних мов	14
1.3. Специфіка новогрецької мови в умовах глобалізації: пуризм, Greeklish та Engreek	17
1.4. Соціальні медіа як нове комунікативне середовище: дефініція, типологія та лінгвістичні особливості	21
1.5. Сучасний стан та механізми лексичних інновацій у новогрецькому медіадискурсі в епоху цифровізації	25
Висновки до першого розділу	29
РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТА СЛОВОТВІРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙ У НОВОГРЕЦЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ	31
2.1. Характеристика джерельної бази та методика аналізу матеріалу	31
2.2. Структурно-семантична типологія інновацій у новогрецькому онлайн-дискурсі	34
2.2.1. Англіцизми та інші екзотизми: фонетична, графічна та морфологічна адаптація	34
2.2.2. Внутрішньомовні неологізми: словотвірні моделі та семантична деривація	49
Висновки до другого розділу	55
РОЗДІЛ 3. ПРАГМАТИЧНИЙ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙ У НОВОГРЕЦЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ	57
3.1. Специфіка графічної репрезентації лексики в онлайн-спілкуванні ...	57
3.1.1. Феномени Greeklish, Engreek та перемикання кодів як соціокультурне явище	57

3.1.2. Креолізовані тексти: роль емодзі та графічних символів у лексичній системі	62
3.2. Функціонально-прагматичний потенціал та мовна політика	69
3.2.1. Комунікативно-прагматичні функції новотворів у соціальних мережах	69
3.2.2. Пуристичні тенденції та проблема збереження ідентичності новогрецької мови	74
Висновки до третього розділу	77
ВИСНОВКИ	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84
СПИСОК СКОРОЧЕНЬ НАЗВ ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	94
ДОДАТКИ	95
Додаток 1. Коментарі з платформи Instagram	95
Додаток 2. Коментарі з платформи YouTube	97
Додаток 3. Коментарі з платформи TikTok	98

Анотація

У представленій роботі досліджено структурні та функціональні трансформації лексичного складу новогрецької мови, які відбуваються під впливом активного використання соціальних медіа. Мовні інновації аналізуються у трьох ключових аспектах: лексичному (запозичення, неологізми), семантичному (зміни значень, метафоризація) та прагматичному (функції в комунікативному акті). Проведено якісний і кількісний аналіз функціонування новотворень на емпіричному матеріалі трьох цифрових платформ: Instagram, TikTok та YouTube.

Метою роботи є виявлення та систематизація особливостей впливу соціальних медіа на формування та динамічний розвиток новогрецької лексики. **Об'єктом** є нова лексика новогрецької мови в умовах цифровізації. **Предметом** є специфіка творення, вживання та функціонування лексичних новоутворень у межах онлайн-комунікації на платформах Instagram, TikTok та YouTube. **Матеріалом** слугували публікації та коментарі, зібрані з вказаних соціальних мереж.

У ході дослідження встановлено домінантний вплив англійської мови як основного джерела лексичних запозичень та графічної інтерференції, що проявляється у появі гібридних форм письма: Greeklish та Engreek. Результати кількісного аналізу демонструють, що, незважаючи на найбільшу частотність виявлених інновацій на YouTube, саме TikTok вирізняється найвищим рівнем креативності у творенні та вживанні мовних одиниць. Наукова новизна роботи полягає у спробі комплексного аналізу лексичних змін новогрецької мови в онлайн-середовищі з урахуванням функціонування емодзі та скорочень як повноцінних елементів цифрового дискурсу. Проведене дослідження базується на реальних комунікативних ситуаціях, що дозволило ідентифікувати актуальні тенденції розвитку мови та окреслити перспективні напрями для подальших лінгвістичних студій.

Ключові слова: новогрецька мова, соціальні медіа, мовні інновації, цифровий дискурс, Greeklish, Engreek, емодзі, креолізований текст.

Annotation

This study examines the structural and functional transformations of the lexical composition of Modern Greek, which occur under the influence of active use of social media. Linguistic innovations are analyzed from three key perspectives: lexical (borrowings, neologisms), semantic (meaning shifts, metaphorization), and pragmatic (functions within the communicative act). A qualitative and quantitative analysis of the functioning of newly formed lexical units is conducted on empirical material drawn from three digital platforms: Instagram, TikTok, and YouTube.

The aim of the study is to identify and systematize the specific features of the impact of social media on the formation and dynamic development of Modern Greek vocabulary. **The object of the study** is new lexical items in Modern Greek in the context of digitalization. **The subject of the study** is the specificity of the creation, usage, and functioning of lexical innovations within online communication on the platforms Instagram, TikTok, and YouTube. The research material consists of posts and comments collected from the aforementioned social networks.

The study establishes the dominant influence of the English language as the primary source of lexical borrowings and graphic interference, manifested in the emergence of hybrid writing forms such as Greeklish and Engreek. The results of the quantitative analysis demonstrate that, despite the highest frequency of identified innovations on YouTube, TikTok is characterized by the highest level of creativity in the formation and use of linguistic units. The scientific novelty of the research lies in an attempt to provide a comprehensive analysis of lexical changes in Modern Greek in the online environment, taking into account the functioning of emojis and abbreviations as fully-fledged elements of digital discourse. The research is based on real communicative situations, which makes it possible to identify current trends in language development and to outline promising directions for further linguistic studies.

Keywords: Modern Greek, social media, linguistic innovations, digital discourse, Greeklish, Engreek, emojis, creolized text.

ВСТУП

Соціальні мережі посідають домінантне місце в комунікативному просторі сучасності, функціонуючи не лише як канали інформаційного обміну, а й як потужні детермінанти соціолінгвістичних трансформацій. Висока інтенсивність цифрової взаємодії зумовлює появу нових комунікативних моделей та специфічних мовних явищ, які, виникаючи середовищі медіа дискурсі, поступово інтегруються в загальномовний узус. Відтак, соціальні платформи стають ключовим середовищем продукування, закріплення та поширення лексичних інновацій.

З огляду на зазначене, **актуальність** магістерського дослідження зумовлена безпрецедентною динамікою лексичних систем сучасних мов в епоху тотальної цифровізації та домінування соціальних медіа. Стрімкий розвиток цифрових комунікацій та їхня здатність у короткий термін змінювати мовну реальність викликає необхідність наукового осмислення цих змін. Соціальні медіа (такі як TikTok, YouTube та Instagram) сьогодні виступають не просто каналом комунікації, а ключовим каталізатором та середовищем формування, апробації та поширення лексичних інновацій, особливо у молодіжному дискурсі.

У цьому контексті новогрецька мова демонструє показову модель мовної трансформації. З одного боку, вона інтенсивно зазнає впливу глобалізаційних чинників, передусім потоку англіцизмів та інтернаціоналізмів, що активно потрапляють у цифровий узус. З іншого боку, їй властиві власні механізми регуляції та адаптації лексичного складу, серед яких вирізняються феномен пуризму, стійкі словотвірні моделі й тенденція до морфологічної асиміляції іншомовних запозичень. У зв'язку з цим особливої значущості набуває аналіз конкретних механізмів та моделей, за допомогою яких новогрецька мова асимілює цифровий лексикон, що дозволить простежити ключові тенденції розвитку її лексичного складу на сучасному етапі.

Мета роботи полягає у виявленні, систематизації та комплексному аналізі впливу соціальних медіа на лексичний склад сучасної новогрецької мови через дослідження механізмів формування, структурної адаптації та комунікативно-прагматичного потенціалу нових лексичних одиниць.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

1. Узагальнити теоретичні засади дослідження лексичної динаміки мови в умовах глобалізації, визначивши роль англіцизмів, пуризму та соціальних медіа як лінгвістичних чинників.

2. Визначити та охарактеризувати джерельну базу дослідження, а також розробити методiku комплексного аналізу лексичного матеріалу, зібраного з новогрецького медіадискурсу.

3. Здійснити структурно-семантичну типологію лексичних інновацій у новогрецькому онлайн-дискурсі, зокрема проаналізувати фонетичну, графічну та морфологічну адаптацію англіцизмів та екзотизмів.

4. Виявити та описати провідні словотвірні моделі внутрішньомовних неологізмів, а також механізми семантичної деривації.

5. Проаналізувати специфіку графічної репрезентації лексики, зокрема феномени Greeklish та Engreek, розглядаючи їх як соціокультурні явища, а також дослідити роль емодзі у формуванні креолізованих текстів.

6. Визначити комунікативно-прагматичні функції новотворів у грецьких соціальних мережах та проаналізувати їхній зв'язок із пуристичними тенденціями й проблемою збереження мовної ідентичності.

Об'єкт дослідження – лексична система сучасної новогрецької мови (нова лексика, яка формується та активно вживається у середовищі соціальних медіа) в умовах її функціонування у цифровому комунікативному середовищі.

Предмет дослідження – структурно-семантичні, графічні, функціонально-прагматичні особливості лексичних інновацій та механізми їх формування, функціонування та адаптації під впливом соціальних медіа.

Джерельна база дослідження включає емпіричні дані зібрані методом суцільної вибірки із соціальних мереж YouTube, TikTok та Instagram.

Часові рамки збору матеріалу для дослідження охоплюють період 2023-2025 років.

Критерії відбору матеріалу дослідження включали тематичні пабліки, особисті блоги з кількістю підписників понад 100 000, публікації з популярними хештегами, коментарі користувачів та мультимодальні елементи (емодзі, фото- та відеоконтент).

Для досягнення поставленої мети та реалізації завдань у роботі застосовано комплексну методику аналізу, що поєднує загальнонаукові та спеціальні лінгвістичні методи. Загальнонаукові методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція) застосовано для систематизації теоретичних засад дослідження та узагальнення отриманих результатів. За допомогою методу **контент-аналізу** було здійснено цілеспрямований відбір лексичних інновацій з текстових та мультимодальних дописів і коментарів на визначених онлайн-платформах (YouTube, TikTok та Instagram) за встановлений період (2023-2025 рр.). **Описовий** метод дав змогу провести інвентаризацію, систематизацію та інтерпретацію зібраного фактичного матеріалу.

Для вивчення структурних особливостей інновацій залучено **структурно-словотвірний аналіз** (для виявлення продуктивних дериваційних моделей) та **порівняльно-зіставний метод** (для аналізу фонетико-морфологічної адаптації англіцизмів). Для визначення продуктивності різних моделей творення неологізмів та частотності вживання окремих лексем застосовано **метод кількісних підрахунків**. Елементи **компонентного аналізу** використовувалися для виявлення семантичних зрушень у значеннях традиційної лексики.

Дослідження функціонування лексики ґрунтується на **методах соціолінгвістичного та контекстуального аналізу**, що дозволило інтерпретувати явища Greeklish, Engreek та прагматичні функції новотворів. Для аналізу креолізованих текстів (текст + емодзі) використано елементи **мультимодального аналізу**.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що: вперше здійснено комплексний лінгвістичний аналіз впливу соціальних медіа (платформи:

Instagram, TikTok і YouTube; період: 2023-2025 рр.) на лексичну систему новогрецької мови з урахуванням триєдиного підходу: структурно-семантичного, графічного та прагматичного; уточнено механізми морфологічної адаптації англіцизмів у новогрецькій мові соціальних медіа, зокрема їх фонетичні, морфологічні та семантичні модифікації – що дозволяє простежити етапи та закономірності інтеграції нової лексики в сучасний новогрецький лексикон; виявлено та систематизовано найпродуктивніші словотвірні моделі внутрішньомовних неологізмів; систематизовано функції графічних новоутворень, зокрема розширено розуміння феноменів Greeklisch та Engreek не лише як засобів транслітерації, а як інструментів змішування кодів, що позначають соціальну та стилістичну належність; введено до наукового обігу та проаналізовано значний емпіричний корпус лексичних інновацій, зібраний із реального новогрецького онлайн-дискурсу, що може слугувати основою для подальших лексикографічних досліджень.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ЛЕКСИЧНУ СИСТЕМУ МОВИ

1.1. Лексична система мови як динамічна структура: неологія та мовні контакти

Лексичний склад мови, сформований системою слів – її базових одиниць, функціонує як динамічна, відкрита структура. Ця система безперервно змінюється еволюціонує та збагачується, реагуючи на соціокультурні потреби, історичні трансформації, технологічний прогрес і зовнішні чинники. Саме лексика є найбільш чутливим рівнем мовної системи, що безпосередньо відображає зміни у позамовній дійсності. Ключову роль у цьому процесі відіграють явища неології (процес творення нових лексичних одиниць) та мовних контактів (процес запозичення), які забезпечують оновлення словникового фонду та адаптацію мови до сучасних реалій.

За класичним визначенням, неологізми (від гр. νέος «новий» і λόγος «слово») – це нові слова або нові значення вже наявних слів, які виникли в мові і ще не стали загальноновживаними, їх новизна усвідомлюється носіями мови [Кочерган 2001, с. 227]. Однак, поняття «неологізм» є досить відносним та часовим: слова швидко переходять із фази інновації до фази узусу (загальноновживаності), або, навпаки, стають архаїзмами. Швидкість цього процесу особливо виражена в лексиці соціальних мереж, де поява нових понять і зникнення старих відбувається прискорено. Ця лексична динаміка може спричинити формування комунікативних бар'єрів між різними соціальними та віковими групами, оскільки окремі спільноти використовують різні набори «актуальної» лексики у своєму щоденному мовленнєвому узусі.

У науковій літературі неологізми традиційно класифікують на два основні типи: лексичні та семантичні [Кочерган 2001, с. 228].

До лексичних неологізмів відносять слова, які є абсолютно новими як за своєю формою, так і за змістом, наприклад: то трент «*тренд*», ζουμάρω

«зумитись», ο/η μπλόγκερ «блогер», το μπίδιо «мем», η μνήμη USB «USB флешка».

Натомість семантичні неологізми являють собою вже існуючі в мові лексеми, що набули нового, вторинного значення, наприклад: stand-up (раніше з англ. «той, що стоїть») – жанр комедії, коли комік виступає перед аудиторією стоячи, розповідаючи жарти; ο/η κρᾶς (раніше з англ. crush «поломка системи») – об'єкт захоплення або кохання; η ιστορία (раніше з англ. story «хронологічний опис події») – тимчасове фото або відео у соціальних мережах; viral (раніше з англ. «те що пов'язане з вірусом») – дуже популярне відео/тренд, який швидко поширюється; αουα (раніше з грец. «звуконаслідування плачу дитини») – жінка, яка є привабливою або «сексуальною» тощо.

Мовні контакти є одним із найбільш продуктивних та інтенсивних джерел поповнення лексичного фонду мови. У сучасних умовах, спричинених стрімким розвитком цифрових платформ і соціальних мереж, мовна взаємодія відбувається практично миттєво. Це істотно прискорює процеси взаємозбагачення мов, і відповідно актуалізує феномен лексичного запозичення.

О. Кульбабська та Н. Шатілова підкреслюють, що запозичення є не лише актом простого перенесення лексичної одиниці, але й складним і тривалим процесом. Дослідниці зазначають, що результат цього процесу варіативний: запозичене слово може або повністю інтегруватися в нову мовну систему, ставши її невід'ємною частиною, або ж, навпаки, мати обмежений період функціонування і з часом зникнути з ужитку [Кульбабська 2016, с.132].

У лінгвістиці прийнято розрізняти два основні типи запозичень: матеріальні (або лексичні) та калькування. До матеріальних запозичень належать ті мовні одиниці (слова), які засвоюються з іншої мови зі збереженням як їхнього значення, так і зовнішньої форми, наприклад: το λάικ (англ. like), το мітінґ (англ. meeting), το μπλοґ (англ. blog), ο/η λούζер (англ. loser), το γκάτζет (англ. gadget), το σίγμα (англ. sigma).

Натомість калькування являє собою процес творення нових лексем, словосполучень чи фразеологізмів, при якому запозичується лише семантична структура та принцип організації іншомовної одиниці, тоді як її відтворення відбувається засобами мови-реципієнта [Кочерган 2001, с. 230], наприклад: τα κοινωνικά δίκτυα (англ. *social networks*), ο τοξικός άνθρωπος (англ. *toxic person*), ο χρόνος οθόνης (англ. *screen time*), η φούσκα πληροφοριών (англ. *information bubble*), ο επηρεαστής (англ. *influencer*), ο υπολογιστής (англ. *computer*).

Вагомим наслідком глобалізаційних процесів та міжмовних контактів стала поява і поширення інтернаціоналізмів, які визначаються як слова, що функціонують у багатьох мовах світу в подібній формі та зі схожим значенням [Кочерган 2001, с. 234]. Найвиразніше ця тенденція простежується у сфері соціальних мереж та інтернет-комунікації, де лексичні одиниці поширюються майже миттєво, набуваючи наднаціонального характеру. До таких інтернаціоналізмів належать: Internet, online, offline, hashtag, trend, podcast, profile, stream. Етимологічний аналіз засвідчує, що зазначені лексеми походять з англійської мови. Англійська мова нині виконує функцію лінгва франка, визначаючи сучасні тенденції творення інтернаціоналізмів, які інтегруються у лексичні системи багатьох європейських та світових мов практично без змін. Варіативність спостерігається переважно на рівні графічного відтворення, що зумовлено фонетичними та орфографічними особливостями мов-реципієнтів. Для ілюстрації цього явища наведемо порівняльний аналіз інтернет-термінів трьома мовами: англійською, українською та грецькою:

1. online - онлайн – ονλάιν;
2. profile - профіль – профίλ;
3. hashtag - хештег – χάσταγκ;
4. podcast - подкаст – πόδικαστ;
5. story - історія – ιστορία;
6. crush - краш – κρασ;
7. ban - бан – μπαν;
8. gadget - гаджет – γκάτζετ.

Таким чином, графічна система та приналежність мови до певної групи впливають на письмову форму лексем, тоді як їхнє семантичне наповнення залишається незмінним.

Підсумовуючи, зазначимо, що лексична система мови є відкритою і динамічною структурою, яка трансформується під впливом соціальних, культурних і технологічних чинників. Важливими механізмами її оновлення виступають неологія та мовні контакти: перші забезпечують номінацію нових явищ, а другі – збагачують словниковий склад запозиченнями, кальками та інтернаціоналізмами. Глобалізаційний характер сучасного мовного розвитку найяскравіше маніфестується у цифровій сфері, де англomовні інтернаціоналізми стають універсальним засобом комунікації.

1.2. Глобалізація та англізація як провідні чинники трансформації сучасних мов

У сучасному світі глобалізація є одним із найбільш вагомих чинників трансформації мовної картини. Англійська мова, яка фактично набула статусу мови міжнародної комунікації, активно впливає на граматичний, лексичний та синтаксичний рівні багатьох мов, зокрема й новогрецької. Особливу роль у цьому процесі відіграє писемний різновид усного стилю, що найбільш виразно проявляється у цифровому середовищі.

Згідно з концепцією Я. Шолте, глобалізацію доцільно розглядати у п'яти вимірах: як інтернаціоналізацію, лібералізацію, універсалізацію, вестернізацію (або модернізацію) та детериторизацію [Scholte 2000, р. 15–17]. Проте, аналізуючи вплив глобалізаційних процесів саме на мову, найбільш релевантними є два аспекти: інтернаціоналізація та модернізація. Глобалізація як інтернаціоналізація описує взаємини між країнами, що характеризуються зростанням міжнародного обміну та взаємозалежності. Натомість глобалізація як модернізація демонструє вплив американської культури на інші суспільства. Оскільки культура нерозривно пов'язана з мовою, американська культура, через англійську мову, поступово проникає в лінгвістичні системи світу, модифікуючи їхній словниковий склад та комунікативні практики.

Значним каталізатором цих процесів став Інтернет. Тенденцію до появи нових слів формують самі користувачі соціальних мереж – як пересічні особи, чий публікації набувають вірусної популярності, так і відомі блогери та лідери думок. У наслідок цього творцем нових мовних тенденцій може стати будь-який користувач соцмереж. Якщо раніше зміни в мовах відбувалися повільно та поступово, то в умовах цифрової комунікації лексика оновлюється швидко й інтенсивно: одні неологізми закріплюються, інші ж зникають. Про глибину впливу англійського інтернет-середовища свідчить той факт, що неологізми на кшталт OMG, LOL, FYI отримали офіційні дефініції та були зафіксовані в «Оксфордському словнику англійської мови» (OED) [Oxford 2023]. Визнання слова «rizz» словом 2023 року та його подальше включення до словника

підтверджує, що саме Інтернет став самостійним простором, де домінують новизна та тренди.

Таким чином, в добу інтенсивної глобалізації англійська мова утвердилася як провідний засіб міжнародної комунікації. Як зауважує грецька дослідниця Е. Скліка «англійська мова є глобальною мовою, оскільки завдяки їй різні народи світу можуть знайти спільну мову, а також отримати підтримку та визнання в міжнародних наукових та академічних дослідженнях і публікаціях» [Sklika 2019, p. 1162]. Використання англійської мови стало світовим трендом, який стрімко поширюється і формує сучасний мовний ландшафт, спричиняючи значну кількість запозичень, калькувань та інтернаціоналізмів у різних мовах. Новогрецька мова не є винятком із цього процесу. Тому особливу наукову зацікавленість становить аналіз сприйняття носіями новогрецької мови явища англізації та його впливу на їхній мовний простір.

Як стверджує К. Хрістопулу, «англіцизми у новогрецькій мові можна розглядати як дослівні переклади англійських мовних структур, що відносить їх до категорії перекладних запозичень» [Χριστοπούλου 2017, σ. 774]. У процесі формування таких запозичень відбувається інтеграція не лише структури англійської одиниці, а й її значення та прагматичної функції. Хоча англіцизми фіксуються у новогрецькій мові ще з 1960-х років що пов'язано із зародженням молодіжної культури США, поява Інтернету та набуття англійською мовою статусу універсального засобу спілкування зробила поширення молодіжного аргю значно швидшим і доступнішим.

Отже, можна припустити, що для грецького онлайн-середовища характерна поліглосьія. Проте, як зазначає у своєму дослідженні К.-Дж. Ліз, використання іншомовних елементів у цифровій комунікації ще не є прямим свідченням високого рівня володіння цими мовами [Λιζ 2017, σ. 170]. Це передусім зумовлено доступністю онлайн-спілкування та можливістю контактувати з людьми з усього світу. Сучасні віртуальні мовні помічники (як-от ChatGPT, Gemini, DeepL) здатні перекладати або навіть формулювати відповіді, значно спрощуючи використання іноземних мов. Крім того, цифрове

спілкування значною мірою ґрунтується на трендах, і тому окремі англомовні фрази можуть ставати вірусними та надзвичайно популярними (life hacks please, she is slaaaaayyyy, follow for more, subscribe, Jeremiah team), незалежно від рівня володіння користувачів англійською.

Разом із тим, слід враховувати специфіку новогрецької мови, для якої характерне явище пуризму, що проявляється у прагненні зберегти мовну ідентичність і захистити її від надмірного іншомовного впливу. Крім того, у сучасній грецькій мові спостерігається творення гібридних форм, як-от Greeklish (транскрипція грецьких слів латиницею) та Engreek (англійські елементи з грецькою морфологією). Саме тому повна англізація активної лексики новогрецької є неможливою, хоча вплив англійської мови залишається відчутним і безперечно формує нові мовні реалії.

Глобалізаційні процеси створюють нове комунікативне середовище, у якому англійська мова виступає каталізатором мовних змін, а новогрецька – прикладом мови, що поєднує відкритість до інновацій із прагненням зберегти власну ідентичність. Ця взаємодія між зовнішнім впливом і внутрішнім спротивом визначає особливості функціонування та розвитку новогрецької мови в умовах глобалізації.

1.3. Специфіка новогрецької мови в умовах глобалізації: пуризм, Greeklish та Engreek

Новогрецька мова характеризується тривалою історією нормування та періодичного повернення до ідеалів мовної чистоти. З огляду на це, глобалізаційні процеси створюють потужний мовний тиск, який вступає у складну взаємодію з традиційними механізмами самозахисту й оновлення лінгвістичної системи. Мовна спільнота Греції реагує на іншомовні елементи не лише шляхом пасивного сприйняття, а й активного переосмислення та переоформлення. Ця напруга між глобальним та національним, між прагматичною потребою в запозиченнях і культурною цінністю мовної спадщини формує унікальну картину сучасної лінгвістичної динаміки Греції.

У цьому контексті ключовим є розуміння того, як мовна спільнота балансує між відкритістю до інновацій та збереженням власної ідентичності. Пуристичні тенденції, поширені форми диграфічності на кшталт Greeklish та нові гібридні утворення типу Engreek є не просто мовними явищами, а індикаторами культурних процесів і соціальних змін. Саме тому подальший аналіз цих феноменів дозволяє глибше досягнути сучасний стан новогрецької мови та механізми її адаптації в умовах глобалізованого світу.

Різке збільшення кількості інтернаціоналізмів у сучасному мовленні посилює актуальність явища пуризму. Згідно з визначенням М. П. Кочергана, «пуризм – це навмисне цілеспрямоване усунення з мови всіх іншомовних слів» [Кочерган 2001, с.234]. У новогрецькій мові пуризм є однією з головних стратегій захисту від іншомовних запозичень, що реалізується шляхом національних альтернатив новим поняттям і термінам. Аналіз публіцистичних статей, проведений грецькою онлайн-газетою «NEOS ΚΩΣΜΟΣ», виокремлює дві основні причини пуризму:

1. багатство лексичного запасу: «... το ελληνικό λεξιλόγιο είναι από τα πιο πλούσια του κόσμου, με πανέμορφες, περιγραφικές λέξεις και φράσεις, που μπορούν να αποδώσουν και τις λεπτότερες εννοιολογικές αποχρώσεις του λόγου, προφορικού ή γραπτού» (грецький лексичний запас є одним з найбагатших у світі, з

неймовірними описовими лексемами та фразами, які можуть передати найдрібніші семантичні деталі мови, усної чи письмової) [Αμανατίδης 2020]. Цей аргумент підкреслює внутрішні ресурси грецької мови для творення нової лексики.

2. історична цінність та першість: «Διεθνώς η ελληνική αναγνωρίζεται ως μια πολύτιμη γλώσσα, με μεγάλη συμβολή στον εμπλουτισμό του λεξιλογίου άλλων γλωσσών και ως η αρχαιότερη γλώσσα στην Ευρώπη ...» (По всьому світу грецька мова вважається цінною мовою, яка зробила великий внесок для збагачення словникового запасу інших мов та відома як найдавніша мова в Європі...)[Αμανατίδης 2020]. Цей аргумент відображає етноцентричну позицію, згідно з якою грецька мова є першоджерелом слів, що історично легітимізує прагнення до збереження її автентичності.— найдавніша мова у Європі, яка вплинула на розвиток інших мов.

Таким чином, пуризм є один зі свідомих способів захисту мовної ідентичності від глобалізаційного впливу. Приклади пуристичних заміन у новогрецькій мові: notification - η ειδοποίηση, website - η ιστοσελίδα, to scroll - σκρολάρω, to friend - φρεντάρω, chat - η συνομιλία, screenshot - το στιγμιότυπο οθόνης, video call - η τηλεδιάσκεψη.

З появою перших комп'ютерів у новогрецькій мові почали розвиватися власні процеси адаптації писемної мови. Основною проблемою на початку широкого використання інформаційних технологій була відсутність грецької абетки для введення тексту. Це зумовило виникнення нової письмової форми – Greeklish. Грецький мовознавець Янніс Андруцопулос охарактеризував це явище як відтворення грецьких слів латиницею [Androutsopoulos 2009, p. 221]. Greeklish, таким чином, є не діалектом, а різновидом графічного кодування грецьких слів, притаманним виключно електронному середовищу.

Початкова неврегульованість транслітерації спричинила значну варіантність Greeklish, зумовлену прагненням відтворити або графічний, або фонетичний аспект слів. Незважаючи на цю поліфонію, грецькі дослідники виокремили основні принципи його творення, що дозволяють описати Greeklish

як відносно впорядковану систему графічної репрезентації [Μαθιουδάκης 2019, σ. 224]:

- фонетична транслітерація;
- орфографічна (оптична) транслітерація;
- позиційна (клавіатурна) транслітерація.

Метою **фонетичної транслітерації** є передача виключно усної вимови, ігноруючи орфографію та орієнтуючись на звуконаслідування, наприклад: ωραίο - oreo, στείλε μου μήνυμα - stile mu minima, Στο YouTube πότε; - Sto YouTube pote?, Μην ξεχάσεις να κάνεις subscribe - Min ksexasis na kanis subscribe, Τέλειο βίντεο! - Telio video!.

Орфографічна (оптична) транслітерація характеризується максимально точною передачею правопису з використанням нетрадиційного вибору латинських символів, що візуально нагадують грецькі літери, наприклад, передача θ як **8** або навіть **0**, ξ як **3**, η як **h** або **n**: Οδηγός για τους boomers δεν μπορώ – Odhgos gia tous boomers den mporwww, Θέλω να πάω έξω – 8elw na paw exw, δεν ξέρω τι να κάνω – den 3erw ti na kanw.

Позиційна (клавіатурна) транслітерація базується на розташуванні символів на клавіатурі, орієнтуючись на відповідність клавіш грецької та латинської розкладок. Вона відрізняється від орфографічної (оптичної) у передачі окремих символів (θ передається як **u** або **q**, ξ як **j**, ψ як **c**, ω як **w** або **v** тощо), наприклад: Καλή τύχη! - Kalh tyxh!, Θέλεις να βρεθούμε; - uelis na breqoume;.

Незважаючи на розвиток технологій і появу грецької клавіатури, Greeklish зберігає свою функцію в неформальному онлайн-спілкуванні, залишаючись важливим елементом молодіжного електронного дискурсу.

Контакт англійської та новогрецької мов також призвів до виникнення феномену Engreek (ελληνοαγγλικά), що полягає у використанні грецької абетки для відтворення англійських слів.

Дослідниця Тереза Спіліоті виокремила дві основні причини функціонування Engreek: а) іронічне використання, створення ігрового ефекту

та гумору у спілкуванні; б) демонстрація національної ідентичності, інтеграція іншомовних елементів у грецький мовний простір через використання національної графічної системи [Spilioti 2014, р. 437–438]. Таким чином, Engreek є не лише результатом глобалізаційних процесів, а й своєрідним інструментом збереження та утвердження грецькості у багатомовному середовищі. Як і для Greeklish, для Engreek характерна графічна варіативність, яка залежить від рівня володіння англійською та правилами транслітерації, наприклад: I love this song! - I λαβ δις σουγ!, I like to eat - I λικε του ιτ, It's so goooooood! - Ιτς σο γοοοοοοονт!, Χαχα χαχαχα! Λοβ γιου (англ. *Love you*) ρεεεεεεεεε.

Глобалізація та англізація виступають провідними чинниками мовної трансформації, однак специфіка новогрецької мови та її пуристичні традиції зумовлюють появу адаптивних форм впливу, таких як Greeklish та Engreek. Ці явища відображають як прагматичну потребу у швидкому цифровому спілкуванні, так і культурне прагнення зберегти національну ідентичність. Цифровий простір стає тим середовищем, у якому ці процеси найвиразніше проявляються та поширюються. З огляду на це, подальший аналіз доцільно зосередити на типології соціальних медіа та окресленні ключових лінгвістичних особливостей комунікації в них.

1.4. Соціальні медіа як нове комунікативне середовище: дефініція, типологія та лінгвістичні особливості

У добу цифровізації комунікативні процеси зазнають суттєвих змін, оскільки значна частина міжособистісної взаємодії перемістилася у віртуальний простір. Ключову роль у цьому відіграють соціальні медіа, які нині є не лише технічним інструментом поширення інформації, а й багатофункціональним середовищем для формування соціальних зв'язків, обміну досвідом та розвитку нових форм мовної поведінки. Цей феномен став об'єктом вивчення не лише соціологів чи медіадослідників, а й лінгвістів, оскільки воно безпосередньо впливає на мовні практики користувачів.

Перед аналізом типології та лінгвістичних особливостей соціальних медіа необхідно уточнити зміст цього поняття та його співвідношення з терміном «соціальні мережі». У науковій літературі виділяють чотири основні підходи до визначення соціальних медіа [Каплуненко 2020, с. 238–239]:

1) **Технологічний підхід** розглядає соціальні медіа як сукупність інтернет-платформ, що надають користувачам можливість комунікувати та брати участь у спільних обговореннях.

2) **Соціально-системний підхід** акцентує увагу на тому, що соціальні медіа є окремою соціальною системою з власною структурою та рівнями взаємодії, де користувачі встановлюють і підтримують контакти.

3) **Функціональний підхід** трактує соціальні медіа як інструмент для створення та поширення індивідуального контенту, де користувач виступає не лише його споживачем, а й активним продуцентом.

4) **Контентний підхід** описує соціальні медіа як сукупність контенту, що циркулює в мережі та є об'єктом взаємодії між користувачами.

Таким чином, соціальні медіа можна розглядати багатогранно: одночасно як технологічну платформу, як соціальне середовище, як канал самовираження та як простір контенту. Така багатоаспектність свідчить про складність і динамічність цього феномена, який поєднує технічні, комунікативні та соціокультурні аспекти.

Мова, що використовується у соціальних медіа, може розглядатися як писемний різновид усного мовлення (або кібермова, інтернет-дискурс), що характеризується специфічними рисами на різних рівнях:

Лексичний рівень. Зростання кількості англомовних запозичень (англіцизмів) та неологізмів, що інтегруються під впливом глобальної комунікації [Синюта 2018, с. 8–11].

Орфографічний рівень. Часто спостерігається зниження рівня формальної грамотності на письмі. Це пояснюється високою динамічністю комунікації – користувачі прагнуть максимально швидко передати повідомлення, що часто призводить до недотримання правил орфографії. Додатковим чинником є автоматичні функції набору тексту (наприклад, T9), що можуть спрощувати процес написання.

Граматичний рівень. Характерні синтаксичні спрощення, зокрема опущення розділових знаків, змінений порядок слів у реченні, або еліпсис (опущення певних частин мови).

Фонетико-графічний та пунктуаційний рівні. Активне використання розділових знаків як окремих символів, а також творення з них смайликів (емотиконів) для передачі емоційного стану.

Особливу увагу слід приділити розмежуванню смайликів (емотиконів) та емодзі. Емотикон – це певна послідовність стандартних графічних знаків (символів), набраних за допомогою клавіатури, що мають стале, конвенційне значення [Чемеркін, с. 1]. Наприклад, :-) «веселий», :-(«сумний», ;-) «підморгувати», :-* «цілувати», В-) «в окулярах з роговою оправою», :-Q «курити», |-О «позіхати» тощо. Існують смайлики, за допомогою яких можна передати цілий вислів, наприклад, -& «прикусити язика», Х-Х «мертві не говорять», але у повсякденному мовленні використовуються рідко. Емодзі (від яп. 絵 е «зображення» + 文字 тожі «символ», «характер») – це невеликі цифрові картинки або піктограми, що використовуються для вираження емоцій, дій, предметів або понять [Παλαϊωάννου 2017].

У сучасних грецьких дослідженнях емодзі розглядаються як засіб емоційного забарвлення письмового повідомлення, що компенсує відсутність невербальних елементів, притаманних безпосередньому спілкуванню. Вони виконують роль додаткових комунікативних маркерів, що здатні підсилювати або пом'якшувати емоційний тон висловлювання. Водночас між проявом емоцій у реальному спілкуванні та в онлайн-середовищі існує суттєва відмінність. Д. Паппа зазначає, що «було встановлено, що користувачі свідоміше використовують емодзі під час онлайн-розмов порівняно з невербальною поведінкою, яку вони демонструють у «реальних» ситуаціях спілкування. Це свідчить про те, що автор повідомлення має більший контроль над змістом і тоном того, що він прагне передати» [Паппа 2018, с. 37–38], тоді як емоційність онлайн-комунікації, хоча й позбавлена спонтанності живого спілкування, є зваженим і стратегічним інструментом. Використання емодзі в цьому контексті можна трактувати як спробу компенсувати втрату невербальних засобів і відтворити емоційну складову комунікації у письмовій формі.

Окремої уваги заслуговує часовий аспект у процесі онлайн-комунікації, який суттєво впливає на її динаміку та характер взаємодії між комунікантами. У сучасних дослідженнях виділяють дві базові моделі комунікації – двосторонню симетричну та двосторонню асиметричну [Ліц 2017, с. 19].

Двостороння симетрична (синхронна) модель характеризується мінімальною часово-дискурсивною затримкою між відправленням і отриманням повідомлення. Такий тип комунікації реалізується у форматі обміну репліками в реальному часі (наприклад, відеочат).

Двостороння асиметрична (асинхронна) модель передбачає темпоральний розрив між актами відправлення та отримання. У межах асинхронної комунікації адресант має можливість проаналізувати повідомлення, осмислити його зміст і сформулювати зважену відповідь. У деяких випадках комунікативна реакція може бути відсутньою взагалі, що також є характерною

рисою цього типу взаємодії. Прикладом є обмін повідомленнями чи коментарями в соціальних мережах, де відповідь надається у зручний час.

Онлайн-комунікація має амбівалентний характер, поєднуючи риси взаємодії обох моделей. З одного боку, можливе листування у реальному часі, з іншого – користувачі мають змогу відкласти відповідь, отримуючи додатковий час для когнітивної обробки інформації та побудови стратегічно виваженої репліки. Ця втрата спонтанності та ефекту несподіванки, притаманних безпосередньому спілкуванню, змінює прагматичний потенціал мовленнєвих актів.

Соціальні медіа суттєво трансформували характер сучасної комунікації, сформувавши нову лінгвістичну реальність. Мова віртуального простору, поєднує риси усного й писемного мовлення, що виявляється у використанні скорочень, неологізмів, англіцизмів, спрощених граматичних конструкцій і численних графічних засобів виразності. Емодзі та емотикони стають невід'ємною частиною цифрового дискурсу, виконуючи функцію компенсаторних елементів для відтворення емоційної складової спілкування.

Попри спрощення мовних структур і зниження рівня формальності, комунікація в соціальних мережах розширює можливості самовираження користувачів, відображаючи динаміку культурних і технологічних змін. Таким чином, соціальні медіа є повноцінним простором формування сучасних мовних тенденцій, які потребують подальшого наукового осмислення.

1.5. Сучасний стан та механізми лексичних інновацій у новогрецькому медіадискурсі в епоху цифровізації

Епоха цифровізації справила визначальний вплив на функціонування новогрецької мови, зокрема на трансформацію її лексичної системи. Розвиток інтернет-комунікації, соціальних мереж та цифрових технологій зумовив появу нових мовних практик, ключовим елементом яких є лексичні інновації. Ці нововведення відображають процеси глобалізації та інтернаціоналізації, а також демонструють динамічну адаптацію мовної системи до вимог сучасного комунікативного середовища.

Фундаментальне значення для аналізу мови цифрової комунікації у грецькому лінгвістичному просторі мають праці П. Георгакопулу [Λιζ 2017, σ. 18]. Ще у 1997 році дослідниця обґрунтувала доцільність виокремлення комп'ютерно-опосередкованої комунікації як автономного соціолінгвістичного феномену. На матеріалі спілкування грецької діаспори Лондона вона виявила, що електронне листування характеризується кодовими перемиканнями (поєднанням грецької та англійської мов) та використанням елементів катаревуси. Такий синтез слугував засобом самовираження та маркером національної ідентичності. Це засвідчило зародження цифрової диглосії, яка згодом набула поширення завдяки глобалізації інтернет-простору.

На сучасному етапі цифровізація сприяла нівелюванню географічних і мовних бар'єрів, уможлививши синхронну міжкультурну комунікацію та обмін лінгвістичними ресурсами. Це призвело до формування нового типу мовної взаємодії – «мережевого багатомовлення», що характеризується активною циркуляцією запозичень та утворенням мовних гібридів.

Вагомий внесок у дослідження грецької мови в інтернет-дискурсі зробили також Я. Андруцопулос, Е. Георгалу та М. Спіліоті. Науковці проаналізували вплив соціальних, вікових і культурних чинників на мовну варіативність у соціальних мережах, визначивши мову онлайн-спільнот як поліцентричну систему. У її межах функціонує низка лексичних підсистем, диференційованих за групами користувачів. Домінантну роль у цьому просторі відіграє

молодіжний дискурс, оскільки саме ця вікова група виступає основним генератором інновацій. За визначенням Я. Андруцопулоса, мова молоді становить «сукупність мовних феноменів, що характеризують спілкування молодих людей між собою» [Ліц 2017, с. 24]. Молодіжний сленг розглядається як відкрита система, чутлива до соціокультурних і технологічних змін, де продукуються інновації, марковані іронічністю, неформальністю та прагненням до самопрезентації.

Спираючись на теоретичні напрацювання Я. Андруцопулоса [Ліц 2017, с. 28], можна виокремити чотири ключові механізми продукування лексичних інновацій у цифровому комунікативному середовищі:

1. Лексичне запозичення. Цей механізм є найпродуктивнішим шляхом збагачення словникового складу, що забезпечує номінацію нових понять. Домінантною мовою-донором для сучасної новогрецької мови виступає англійська, яка займає панівні позиції у сферах технологій, цифрової комунікації, масмедіа та молодіжної субкультури. Англіцизми становлять основний пласт неологізмів, що інтегруються у новогрецький лексикон, визначаючи динаміку його розвитку. Процес інтеграції іншомовної одиниці передбачає проходження трьох етапів асиміляції:

1) етап первинної рецепції (проникнення), момент входження лексеми у мову-реципієнт. На цьому етапі характерним є збереження оригінальної графіки або варіативність написання. У грецькому онлайн-дискурсі часто фіксується паралельне функціонування графічних варіантів: like – λάικ, chat – τσάτ.

2) етап адаптації та узуалізації, період активного вживання лексеми, коли вона стає загальнозрозумілою для мовної спільноти. Це ключовий етап, на якому відбувається пристосування запозичення до норм грецької мови за двома векторами:

а) фонетико-графічна адаптація: стабілізація орфографії та узгодження з фонологічною системою грецької мови, наприклад:

- σέλφι (selfie) – *селфі*;

- **ίνστα (Insta)** – скорочення від *Instagram*;
- **ίντερνετ (internet)** – *інтернет*;
- **μπλόγκερ (blogger)** – *блогер*.

б) морфологічна адаптація: інтеграція лексем у граматичну систему через набуття категоріальних ознак. Зокрема, іменники отримують відмінкові форми (**το λάικ – τα λάικς** (*лайк – лайки*); **ο μπλόγκερ – οι μπλόγκερς** (*блогер – блогери*); **το σάιτ – τα σάιτ** (*сайт – сайти*), а дієслівні основи адаптуються за допомогою суфіксів -άρω / -άζω (**τσεκάρω** (від англ. *check*) – *перевіряю*; **σερφάρω** (від англ. *surf*) – *серфлю, переглядаю сторінки*; **ποστάρω** (від англ. *post*) – *публікую*; **κατεβάζω ένα αρχείο** (букв. «опускаю файл») – *завантажую*).

3) етап повної інтеграції (укорінення): остаточне закріплення одиниці в системі мови, що супроводжується уніфікацією написання та розвитком форми словотвірної активності, наприклад: **το λάικ, λάικαρα, το γκουγκλάρισμα**.

2. Семантичне оновлення (переосмислення). Цей шлях реалізується через модифікацію семантичної структури вже існуючих лексем – переосмислення або розширення їхнього значення відповідно до нових комунікативних потреб. Приклади: **καπμένος** (букв. спалений) – *дивакуватий, трохи божевільний*; **ο θεός** (бог) – *дуже крутий, легенда* (είσαι θεός!); **η σκύλα** (сучка) – *сексуальна, впевнена в собі жінка*; **ψόφιος** (мертвий) – *дуже втомлений* (είμαι ψόφιος σήμερα).

3. Внутрішньомовна деривація (словотворення). Механізм утворення нових лексичних одиниць на базі власне грецьких морфем для позначення явищ цифрової культури. До цієї групи належить префіксація, використання підсилювальних префіксів, наприклад, **кара-** (від тур. *kağa* – *чорний*, у значенні *дуже*): **καρατέλειο, карасοο1**. Іншу підгрупу становлять новотвори кальки та композити, створені за власними моделями без прямого фонетичного запозичення, наприклад: **φωτοβόμβα** (калька з англ. *photobomb*) або **ξεκαρδιστικό** (у значенні контенту, що викликає сміх)..

4. Мовне перехрещування (Language Crossing). Використання лексем з інших мовних систем (окрім домінантної англійської) з метою стилізації або маркування приналежності до певної групи. Такі елементи часто виконують експресивну функцію, наприклад: τσάο (з італ. *ciao*) – неформальне прощання; μαντάμ (з франц. *madame*) – вживається з відтінком іронії; άντε γεια – вираз турецького походження, що у молодіжному сленгу набув значення відмови або вимоги припинити розмову (*вимикайся, йди звідси*); όπα – інтернаціоналізм, що функціонує як емоційний вигук.

Лексичні інновації у новогрецькому медіадискурсі є результатом складної взаємодії глобалізаційних процесів та внутрішніх тенденцій мовного розвитку. Цифровізація сформувала умови підвищеної проникності мовної системи, де каталізаторами трансформацій виступають молодіжний соціолект та онлайн-дискурс. Систематизація механізмів оновлення лексики – запозичення, семантичної деривації, словотворення та мовного перехрещування – дозволяє комплексно описати динаміку сучасної новогрецької мови.

Викладений теоретичний огляд формує методологічне підґрунтя для емпіричної частини роботи. У наступному розділі буде здійснено аналіз корпусу даних сучасного новогрецького медіапростору (соціальних мереж, коментарів, цифрових платформ) з метою виявлення специфіки реалізації зазначених механізмів у живій комунікативній практиці.

Висновки до першого розділу

Отже, у першому розділі здійснено теоретичний аналіз сучасних наукових підходів до вивчення мовних змін у цифровому комунікативному просторі та уточнено понятійно-термінологічний апарат дослідження. Зокрема, визначено зміст понять «неологізм», «запозичення», «інтернаціоналізм», «англіцизм», «пуризм», а також окреслено їхню роль у процесах оновлення лексичної системи новогрецької мови.

Доведено, що мовлення в соціальних мережах характеризується відхиленням від загальнолітературних норм, домінуванням розмовних і скорочених форм, використанням графічних засобів та підвищеною варіативністю мовних одиниць. Чітко розмежовано поняття емотиконів (смайликів) та емодзі і встановлено їхні основні комунікативно-прагматичні функції: передавання емоційного стану мовця, модифікація змісту повідомлення, посилення експресивності та компенсація невербальних компонентів спілкування.

Обґрунтовано, що соціальні мережі виступають інтенсифікатором мовних контактів, унаслідок чого пришвидшується поширення нових лексичних одиниць, зокрема англомовних запозичень. Підтверджено статус англійської мови як інтернаціональної та окреслено напрями її впливу на новогрецьку мову, що проявляється в активному засвоєнні англіцизмів, утворенні гібридних форм та поєднанні елементів двох мов у межах одного висловлювання.

Визначено, що тривалий контакт грецької та англійської мов сприяв формуванню явищ Greeklish та Engreek, які функціонують як адаптивні стратегії цифрової комунікації. Водночас зафіксовано наявність пуристичних тенденцій у новогрецькій мовній спільноті, спрямованих на обмеження іншомовних елементів і підтримання мовної норми.

Узагальнення теоретичного матеріалу дозволило виокремити конкретні механізми мовних інновацій у новогрецькій мові, зокрема лексичне запозичення, графічну та морфологічну адаптацію іншомовних одиниць, мовне

змішування та використання паралельних кодів. Саме ці механізми становлять теоретичну основу для подальшого емпіричного аналізу мовного матеріалу соціальних мереж у наступному розділі роботи.

РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТА СЛОВОТВІРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙ У НОВОГРЕЦЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

2.1. Характеристика джерельної бази та методика аналізу матеріалу

Здійснений у першому розділі теоретичний аналіз механізмів мовних змін формує методологічне підґрунтя для верифікації виявлених тенденцій на емпіричному матеріалі. Метою цього етапу дослідження є комплексна характеристика лексичних інновацій, що функціонують у сучасному грекомовному сегменті інтернету, їх класифікація за структурно-семантичними ознаками та визначення прагматичного потенціалу.

Специфіка об'єкта дослідження – мови соціальних медіа – зумовила вибір джерел фактичного матеріалу. Емпіричну базу сформовано методом суцільної вибірки з контенту найбільш популярних у Греції соціальних платформ: YouTube, Instagram та TikTok. Вибір зазначених ресурсів зумовлений високою комунікативною активністю носіїв новогрецької мови різних вікових категорій і соціальних груп, що гарантує репрезентативність вибірки.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період 2023-2025 років. Загальний обсяг опрацьованого масиву становить понад 1500 комунікативних фрагментів (постів, коментарів, хештегів, відеоконтенту), з яких виокремлено реєстр зі 123 одиниць лексичних інновацій, що підлягали детальному лінгвістичному опису.

Джерельну базу дослідження становлять соціальні медіа, зокрема:

1. **YouTube** відео та коментарі (@Fraoules22, @Gunzar, @mikriollandeza, @Unblockpodcast, @MariannaGrfld, @TsedeTheReal, @ManuellaEm, @Mylifeasmaria99, @PinelopiAnastasiadou, @ClaireDimopoulou);

2. **TikTok** відео, коментарі та популярні хештеги (#tiktok_ελλαδα, #φορτίου, #τρέντ, #thatgirl, #viral, #greetiktok) та профілі (@nonoukos, @nikos__anagnostopulos);

3. **Instagram** дописи та коментарі (@stela_passari, @foureira, @marina_satti, @fipsterr, @ira_katsouda, @j.touni, @alexandros_kopsialis, @abvassilopoulos).

Методологія практичного дослідження ґрунтується на антропоцентричному та функціональному підходах до вивчення мовних явищ. Для реалізації поставлених завдань застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних лінгвістичних методів. Ключовим інструментом аналізу став **описовий метод**, реалізований через прийоми спостереження, інтерпретації та класифікації мовних одиниць. Це дозволило виокремити та класифікувати нові лексичні одиниці і сформувати корпус прикладів із соціальних мереж Instagram, TikTok та YouTube.

Метод кількісних підрахунків дозволив верифікувати отримані дані, визначивши частку англіцизмів, гібридних утворень та власне грецьких неологізмів у загальній вибірці, визначити частотність уживання кожної інновації у вибірці з Instagram, TikTok та YouTube і оцінити ступінь продуктивності та поширення мовних одиниць у вказаних соцмережах. **Статистичне зіставлення** дало змогу порівняти отримані показники між платформами та виявити домінантні тенденції у продукуванні та використанні нової лексики.

Порівняльно-зіставний метод дозволив простежити еволюцію запозичених лексем від мови-джерела (англійської) до мови-реципієнта (новогрецької), фіксуючи рівень їхньої асиміляції на графічному та граматичному рівнях. **Контекстуальний аналіз** застосовано для експлікації значень новотворів, не зафіксованих у лексикографічних джерелах, та встановлення специфіки їх функціонування у різноманітних комунікативних ситуаціях.

Для аналізу структурних змін у лексиці застосовано **структурно-словотвірний аналіз**, що уможливило виокремлення основних словотвірних типів неологізмів, класифікацію інновацій за способом творення (запозичення, словотвір, семантична деривація) та визначення ступеня їхньої асиміляції в системі новогрецької мови. Для дослідження процесів семантичної переінтерпретації, адаптації традиційної лексики та виявлення семантичних зрушень у значеннях було використано елементи **компонентного аналізу**, які

дали змогу простежити трансформації значення традиційних лексем у контексті цифрової комунікації, пояснити механізми переосмислення та формування нових концептуальних відтінків, зіставити традиційні значення з новими, інноваційними, виявленими у соціальних мережах.

Специфіка матеріалу вимагала залучення **соціолінгвістичного методу**, що дозволило розглянути лексичні явища у кореляції із соціальними характеристиками мовців (вік, групова приналежність) та їхніми комунікативними інтенціями та проаналізувати кореляції між використанням певних лексичних одиниць (наприклад, Greeklish) та комунікативними інтенціями мовця. Для опрацювання візуально-графічних компонентів повідомлень (емодзі) використано **мультимодальний аналіз**, який розглядає текст як єдність вербального та невербального кодів.

Критерії відбору матеріалу передбачали фіксацію як узусних (широковживаних), так і okazіональних (авторських) лексичних одиниць. Особливу увагу приділено диференціації власне неологізмів, що заповнюють лексичні лакуни, та стилістично маркованих варваризмів, використовуваних з експресивною метою.

Емпіричне дослідження побудовано за принципом «від форми до змісту та функції». Аналіз реалізується на двох взаємопов'язаних рівнях: мікролінгвістичному (системні характеристики мови) та макролінгвістичному (особливості функціонування мови в суспільстві соціумі). Відповідно, подальший виклад матеріалу структуровано таким чином: другий розділ присвячено системним змінам мови, аналізу іншомовних запозичень та етапів їхньої адаптації (п. 2.2.1), а також дослідженню внутрішньомовних неологізмів і механізмів їхньої семантичної деривації (п. 2.2.2); Третій розділ фокусується на специфіці молодіжної комунікації. У ньому розглядаються графічні особливості репрезентації інновацій (п. 3.1), а також здійснюється аналіз прагматичних настанов мовців і реакцій мовної спільноти на відповідні інноваційні процеси (п. 3.2).

2.2. Структурно-семантична типологія інновацій у новогрецькому онлайн-дискурсі

2.2.1. Англіцизми та інші екзотизми: фонетична, графічна та морфологічна адаптація

Після розгляду теоретичних засад класифікації лексичних інновацій доцільно перейти до емпіричного аналізу їхніх конкретних проявів у сучасному новогрецькому онлайн-дискурсі. Наймасштабнішу групу становлять англіцизми та інші екзотизми, активна експансія яких впливом зумовлена процесами глобалізації та цифровізації. Ці одиниці не лише збагачують новогрецький лексичний фонд мови, а й слугують маркерами змін у мовній поведінці користувачів, орієнтованих на мовну економію, експресивність та актуальність звучання. Водночас їхнє функціонування супроводжується різними процесами адаптації, спрямованими на інтеграцію іншомовних елементів у систему новогрецької мови.

У цьому підрозділі здійснено аналіз англіцизмів та екзотизмів за трьома етапами асиміляції: **етап проникнення**, **етап адаптації** (фонетико-графічної та морфологічної) та **етап укорінення**. А також визначено кількісне співвідношення англіцизмів, які функціонують як лексичні та семантичні неологізми. Матеріал диференційовано за соціальними платформами (YouTube, TikTok, Instagram), оскільки специфіка каналу комунікації безпосередньо впливає на вибір мовних засобів.

Англіцизми на етапі проникнення

До цієї групи належать лексеми, що зберігають оригінальну орфографію та фонетику, не маючи стабілізованих адаптованих варіантів у мові-реципієнті.

slay (< англ. *slay*).

Платформа: TikTok.

Адаптація: без графічної адаптації.

Семантика та функція: сленговий комплімент зі значенням «виглядати приголомшливо», «вражати», «бути неймовірним».

Приклад: «Κορίτσι slay!» (Дівчина – слей!).

Український еквівалент: «слей», «slay».

Wednesday < англ.

Платформа: TikTok.

Адаптація: без графічної адаптації.

Первинне значення: день тижня – «середа».

Вторинне значення: ім'я головної героїні Wednesday із однойменного серіалу.

Приклад: «Η Wednesday στην Ελλάδα!» (Венздей у Греції!).

Український еквівалент: «Венздей», «Wednesday».

skibidi (< англ. *skibidi*).

Платформа: YouTube.

Адаптація: без графічної адаптації.

Походження: з серії «Skibidi Toilet» (автор О. Герасимов), яка стала вірусним феноменом.

Семантика та функція: асемантична одиниця, що набуває значення залежно від контексту (характеристика абсурдності, дивацтва або хаосу). Слугує маркером приналежності до певної інтернет-субкультури.

Приклад: «Το concept του βίντεο... απλά skibidi level 1000» (Концепт відео... просто skibidi рівень 1000).

Український еквівалент: «скібіді», «дивний / хаотичний / абсурдний».

tutorial > англ.

Платформа: YouTube.

Адаптація: без графічної адаптації.

Первинне значення: (англ. *tutorial* «заняття», «практичне заняття з викладачем», «інструкція»). Первинно означає навчальний посібник або урок (зазвичай у навчальному контексті).

Вторинне значення: позначення будь-якого короткого навчального відео або поради, часто у жартівливому сенсі, коли людина демонструє «як не треба робити».

Приклад: «Lol αυτό δεν είναι tutorial, αλλά το παρακολουθώ ούτως ή άλλως» (Лол, це зовсім не тьюторіал, але я його все одно дивлюся).

Український еквівалент: «тьюторіал».

hype < англ.

Платформа: YouTube.

Адаптація: без графічної адаптації.

Первинне значення: англійське hyperbole (*гіпербола, перебільшення*) – скорочена форма hype у розмовному вжитку.

Вторинне значення: переважно у молодіжному та медійному середовищі для позначення ажіотажу, підвищеного інтересу або модної тенденції.

Приклад: «Hype level 1000» (Рівень хайпу 1000).

Український еквівалент: «хайп», «hype».

glow up < англ.

Платформа: YouTube.

Адаптація: без графічної адаптації.

Первинне значення: походить від англійського «to glow» (*сяяти, випромінювати світло*) + up – префікс, що підсилює значення дії («посилувати сяйво»). Отже, первинно «to glow up» означало «засвітитися яскравіше», «засяяти сильніше» - буквально про світло або сяйво (наприклад, лампи, обличчя, шкіри).

Вторинне значення: у молодіжному та онлайн-дискурсі, вираз набув переносного значення – «стати привабливішим», «розквітнути», «покращити зовнішність або стиль», а також «вирости внутрішньо, стати впевненішим».

Приклад: «GLOW UP ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΓΙΑ ΣΧΟΛΕΙΟ & ΔΟΥΛΕΙΑ | Manuella» (Glow up макіяж для школи та роботи | Manuella).

Український еквівалент: «розквітнути», «зробити апгрейд», «glow up».

shorts < англ.

Платформа: YouTube.

Адаптація: без графічної адаптації.

Первинне значення: в однині слово «short» слугує прикметником та означає «короткий». У множині «shorts» в ролі іменника означає «шорти».

Вторинне значення: у сучасному інтернет-дискурсі «shorts» набуло переносного значення – короткий відеоролик на YouTube (зазвичай до 60 секунд), який швидко переглядається та легко споживається онлайн. Тобто лексема пройшла шлях від позначення «короткого одягу» до «короткого формату контенту».

Приклад: «Γιατί video 30 δευτ. δεν το ανεβάζει ως short;;;» (Чому video тривалістю 30 сек. не завантажується як short ???).

Український еквівалент: «шортс», «shorts».

that girl < англ.

Платформа: YouTube.

Адаптація: без графічної адаптації.

Первинне значення: «та дівчина».

Вторинне значення: тренд, що описує «ідеальну» дівчину, з гармонійним та здоровим способом життя.

Приклад: «Πως να γίνεις ρεαλιστικά "THAT GIRL" | xxkyvelixx» (Як реально стати "THAT GIRL" | xxkyvelixx).

Український еквівалент: «that girl».

ban > англ.

Платформа: YouTube.

Адаптація: збережено англійське написання.

Первинне значення: «забороняти», «накладати заборону», «виключати» когось із певної діяльності або простору.

Вторинне значення: у інтернет-сленгу позначає «блокування користувача в соціальних мережах».

Приклад: «Πάλι ban; Αυτό είναι αδύνατο...» (Знову бан? Це неможливо ...).

Український еквівалент: «бан», «забанити», «заблокувати», «відправити в бан».

reels > англ.

Платформа: Instagram.

Адаптація: збережено англійське написання.

Первинне значення: походить від англійської лексеми «reel», що буквально означає «катушка», «бобіна», «намотувати (нитку, плівку)». У технічному чи кінематографічному контексті «film reel» означало «катушка з кіноплівкою».

Вторинне значення: у соціальних мережах – коротке вертикальне відео у Instagram для перегляду, розваги чи самовираження. Таке вживання стало настільки поширеним, що слово вживається навіть поза платформою, як загальна назва коротких кліпів у будь-яких соцмережах.

Приклад: «To Reel σου φωτιά» (Твій рілс – вогонь).

Український еквівалент: «рілс», «коротке відео», «відео в інсті / тіктоці», «трендове відео».

gym rat > англ.

Платформа: Instagram.

Адаптація: збережено англійське написання.

Первинне значення: у буквальному розумінні rat означає «щур», а gym - «спортзал». Поєднання цих елементів утворює метафоричний вислів «щур спортзалу».

Вторинне значення: у сленговому вжитку позначає «людину, яка проводить багато часу в спортзалі, одержиму тренуваннями або своїм фізичним розвитком». Має як нейтральне, так і іронічне забарвлення залежно від контексту.

Приклад: «Αν είστε από αυτούς που ζουν στο γυμναστήριο (ναι, gym rats, εσάς λέω), θα βρείτε σε λίγες ημέρες εκεί πολλή έμπνευση και δυναμικό περιεχόμενο» (Якщо ви з тих, хто живе в спортзалі (так, я вас маю на увазі, gym rats), то за кілька днів ви знайдете там багато натхнення та динамічного контенту).

Український еквівалент: «завсідник спортзалу», «спортзальний щур», «gym rat».

Англiцизми на етапi запозичення та адаптацiї

Це найчисельнiша група, де простежуються активнi процеси iнтеграцiї iншомовного матерiалу в систему новогрецької мови.

а) Фонетична та графiчна адаптацiя

Лексеми цiєї пiдгрупи транслiтеруються засобами грецької графiки, узгоджуючись iз фонологiчними нормами мови-реципiєнта.

το μiτινυκ (< англ. *meeting*)

Платформа: Instagram.

Адаптацiя: фонетична та графiчна. Лексема повнiстю адаптована до грецької звукової системи. Функцiонує як iменник середнього роду (маркується артиклем *το*).

Семантика та функцiя: «робоча зустрiч», «нарада», «зiбрання», зазвичай у онлайн форматi.

Приклад: «Το 5 μου μiτινυκ...» (Мiй 5-тий мiтинг...).

Український еквiвалент: «зустрiч», «нарада», «мiтинг» (робоча зустрiч).

stand-up / το στανт-ап < англ.

Платформа: Instagram.

Адаптацiя: загалом вживається англiйський варiант, iнколи трапляється варiант графiчної та фонетичної адаптацiї «το στανт-ап». У новогрецькiй мовi лексема залишається невідмiнюваною. Функцiонує як iменник середнього роду (маркується артиклем *το*).

Первинне значення: «стояти», «пiднiматися на ноги».

Вторинне значення: жанр комедiйного виступу, де комiк виступає перед аудиторiєю стоячи.

Приклад: «Σαν σiμερα ακριβiως πριν 10 χρονια, ξεκiνησα το Stand Up comedy» (Сьогодні, рiвно 10 рокiв тому, я почав займатися стендапом).

Український еквiвалент: «стендап», «комедiйний виступ».

sheeeesh / σuuuς (< англ. *sheesh*)

Платформа: TikTok.

Адаптація: графічна – збережено англійське написання; іноді передається грецькими літерами («σιιις»). Часто зберігає подовження голосних для експресивності.

Семантика та функція: вигук подиву, захоплення або іронії в молодіжному онлайн-сленгу на позначення «шок», «wow», «μπράβο».

Приклад: «Sheeeeeesh, αυτό το outfit είναι φωτιά!» (Ого, цей лук просто вогонь!).

Український еквівалент: «sheeeeeesh».

demure/ ντιμιούρ (< англ. demure)

Платформа: TikTok.

Адаптація: графічна – збережено англійське написання («demure»); у грецькому онлайн-сленгу іноді передається фонетично як «ντιμιούρ».

Семантика та функція: використовується як прикметник у значенні «скромний», «стриманий», «сором'язливий»; у молодіжному сленгу часто з відтінком іронії або на позначення естетики «тихої розкоші», «вдаваної скромності», «елегантної стриманості».

Приклад: «Αυτό το look είναι απλά demure και υπέροχο!» (Цей образ просто demure і чудовий!).

Український еквівалент: «скромний», «стриманий», «демюр».

λετζιτ (< англ. legit (скорочення від legitimate))

Платформа: TikTok.

Адаптація: фонетична та графічна.

Семантика та функція: сленговий еквівалент до «σωστός», у значенні «правильний», «справжній».

Приклад: «Αυτός ο τύπος είναι λετζιτ!» (Цей чувак – легітний!).

Український еквівалент: «легітно», «легіт», «леджіт», «legit».

viral / βίραλ (< англ. viral)

Платформа: TikTok.

Адаптація: графічна – збережено англійське написання («viral»); іноді зустрічається грецька транскрипція («βίραλ»).

Семантика та функція: популярний контент, що швидко поширюється («вірусний»).

Приклад: «Δοκιμάζουμε τη viral αγγουροσαλάτα με τον Νέστορα!» (Куштуємо популярний огірковий салат разом із Нестором!).

Український еквівалент: «вірусний», «популярний», «viral».

φουλ (< англ. *full*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та графічна.

Семантика та функція: підсилювальний прислівник: «дуже», «максимально».

Приклад: «girl με βοήθησες φουλ» (дівчино, ти мені дуже допомогла).

Український еквівалент: «дуже», «повністю», «фул».

το παρτ (< англ. *part*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та графічна. Функціонує як іменник середнього роду (маркується артиклем *το*).

Семантика та функція: «частина» (переважно у відео або серіях контенту: «Part 1», «Part 2»).

Приклад: «Ναι θέλουμε κι άλλο παρτ με την Ναταλία» (Так ми хочемо ще одну частину з Наталією).

Український еквівалент: «частина», «part».

το σνακ (< англ. *snack*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та графічна. Функціонує як іменник середнього роду (маркується артиклем *το*).

Семантика та функція: «легка закуска», «перекус».

Приклад: «Δοκιμάζουμε ΟΛΑ τα σνακ που είδαμε στο TikTok || fraoules22» (Куштуємо УСІ снеки, які побачили в TikTok || fraoules22).

Український еквівалент: «перекус», «снек».

ο / η λούζερ (< з англ. *loser*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та графічна. Англійське «loser» передано грецькою транскрипцією як «λούζερ», зі збереженням вимови. Іменник спільного роду (визначається артиклем): «ο λούζερ» (чол.) / «η λούζερ» (жін.), що відповідає граматичній системі новогрецької.

Семантика та функція: означає людину, яку вважають «невдахою», «слабким», «тим, хто програє».

Приклад: «Λοοοοοουζερ!» (Луууууузер!).

Український еквівалент: «лузер», «невдаха», «loser».

crush / το κρας > англ.

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та графічна адаптація. Функціонує як іменник середнього роду (маркується артиклем *το*).

Первинне значення: дієслово «to crush» буквально означає «розчавити», «здавити», «зламати під тиском».

Вторинне значення: у молодіжному сленгу людина, до якої відчують симпатію, закоханість, сильне захоплення. Може бути як іменником («my crush» – «мій краш»), так і дієсловом («I have a crush on you» — «я в тебе закоханий»).

Приклад: «ΕΣΤΕΙΛΑ ΜΗΝΥΜΑ ΣΤΑ CRUSH ΣΑΣ.. ΚΑΙ ΑΥΤΟ ΕΓΙΝΕ | Manuela» (НАДІСЛАЛА ПОВІДОМЛЕННЯ ВАШИМ КРАШАМ.. І ОСЬ ЩО СТАЛОСЯ | Manuela).

Український еквівалент: «краш», «crush».

το μπλοук (< з англ. *blog*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: графічна та фонетична. Функціонує як іменник середнього роду (маркується артиклем *το*).

Семантика та функція: використовується для позначення онлайн-щоденника, тематичної сторінки або платформи з регулярними публікаціями.

Приклад: «Το μπλοук σου είναι top!» (Твій блог – топ!).

Український еквівалент: «блог».

το γκάτζετ (< з англ. *gadget*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та графічна. Функціонує як іменник середнього роду (маркується артиклем *το*).

Семантика та функція: технічний пристрій, корисний або інноваційний девайс.

Приклад: «Αυτό το νέο γκάτζετ κάνει θαύματα στην κουζίνα!» (Цей новий гаджет творить дива на кухні!).

Український еквівалент: «гаджет», «пристрій».

cringe / **το κρίντζ** < англ.

Платформа: YouTube.

Адаптація: графічна – збережено англійське написання «cringe», іноді передається грецькими літерами «κρίντζ».

Первинне значення: «зіщулюватися», «згинатися», «відчувати сором» або «пересмикувати» (наприклад, від болю чи страху)

Вторинне значення: використовується для опису чогось «надзвичайно незграбного, соромного, немодного» або «відірваного від реальності».

Приклад: «1:47 η cringe σχέση στην τάξη μου» (1:47 крінжові стосунки у моєму класі).

Український еквівалент: «крінж», «крінжовий», «крінжати»

life hacks < англ.

Платформа: YouTube.

Адаптація: графічна – збережено англійське написання.

Первинне значення: використовувались як окремі слова повсякденне *life* «життя» та *hack* «злом, прийом, хитрість» у мові програмістів.

Вторинне значення: корисні поради, хитрощі або лайфхаки для повсякденного життя, що допомагають економити час, зусилля або ресурси.

Приклад: «Δοκιμάζουμε περίεργα TikTok life hacks» (Тестуємо дивні лайфхаки з ТікТоку).

Український еквівалент: «лайфхаки», «корисні поради», «life hacks»

б) Морфологічна адаптація

На цьому рівні лексеми не лише змінюють графічний вигляд, а й набувають граматичних категорій (роду, числа, відмінка) або стають твірною основою для нових слів.

1. Набуття іменниками граматичних ознак:

Більшість запозичених іменників залишаються невідмінюваними, отримуючи категорію роду аналітично (через артикль), що свідчить про їхнє переважно графічно-фонетичне, а не морфологічне освоєння. Проте зафіксовано випадки гібридного формотворення:

Приклад: «**τα σνακς**». У реченні «**Τα σνακς** στα supermarket ΑΒ Βασιλόπουλος καλύπτουν κάθε ανάγκη» («**Снеки** в супермаркетах ΑΒ Βασιλόπουλος задовольняють будь-яку потребу») (Instagram) поєднано грецький артикль множини *τα* та англійський суфікс множини *-s*. Це свідчить про часткове морфологічне засвоєння запозичення під впливом англійської словотворчої моделі.

2. Утворення дієслів (суфіксація –άρω):

Найпродуктивнішим способом дієслівної адаптації є додавання суфікса *-άρω* до іншомовної основи.

ζουμάρω (< англ. *to zoom*)

Платформа: Instagram.

Адаптація: фонетична та морфологічна. Словотвірна модель: додавання продуктивного грецького суфікса *-άρω* до іншомовної основи («*zoom*» = «*ζουμ*» + *-άρω* = «*ζουμάρω*»).

Функція: проведення онлайн зустрічей на платформі Zoom.

Приклад: «Δεν θέλω καθόλου να ζουμάρω σήμερα» (Так не хочеться проводити зум сьогодні).

Український еквівалент: «зумитись», «проводити зум».

ποστάρω (< від англ. *post*)

Платформа: TikTok.

Адаптація: фонетична та морфологічна. Словотвірна модель: додавання продуктивного грецького суфікса -άρω до іншомовної основи («post» = «ποστ» + -άρω = «ποστάρω»). Лексема повністю інтегрована в грецьку граматичну систему й відмінюється як регулярне дієслово I дієвідміни.

Функція: «постити», «публікувати контент у соцмережах».

Приклад: «Ποστάρω μόνο για να δω τις αντιδράσεις σας» (Запустила тільки щоб побачити ваші реакції).

Український еквівалент: «постити», «викладати», «публікувати».

κριντζάρω (< англ. *cringe*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та морфологічна. Словотвірна модель: додавання продуктивного грецького суфікса -άρω до іншомовної основи («cringe» = κριντζ + -άρω = «κριντζάρω»).

Функція: молодіжне сленгове дієслово для позначення реакції на щось незграбне, соромне або крінжове.

Приклад: «ΠΡΟΣΠΑΘΗΣΕ ΝΑ ΜΗΝ ΚΡΙΝΤΖΑΡΕΙΣ part 2» (Спробуй не крінджувати part 2).

Український еквівалент: «крінджувати», «відчувати сором/незручність».

σक्रολάρω (< англ. *scroll*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та морфологічна. Словотвірна модель: додавання продуктивного грецького суфікса -άρω до іншомовної основи («scroll» = «σक्रολ» + -άρω = «σक्रολάρω»).

Функція: неформальне молодіжне (і загальноживане в цифровому середовищі) дієслово для позначення дії прокручування сторінки або стрічки новин на телефоні чи комп'ютері.

Приклад: «Παρατηρώ ότι ήδη δύο ώρες σκρολάρω στο TikTok και δεν έχω κάνει τίποτα χρήσιμο» (Я помічаю, що вже дві години скролю TikTok і нічого корисного так і не зробила).

Український еквівалент: «скролити», «гортати сторінку/стрічку».

σιπάρω (< англ. *ship / relationship*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та морфологічна. Словотвірна модель: додавання продуктивного грецького суфікса -άρω до іншомовної основи («ship» = «σιπ» + -άρω = «σιπάρω»).

Функція: у молодіжному сленгу дієслово «σιπάρω» означає «шиперити» - тобто підтримувати або «вболівати» за певну романтичну пару (реальну чи вигадану).

Приклад: «Σιπάρω τόσο πολύ αυτό το ζευγάρι, είναι ό,τι καλύτερο!» (Я так шиперю цю парочку, вони – найкращі!).

Український еквівалент: «шиперити».

flexάρω (< англ. *flex*)

Платформа: YouTube.

Адаптація: фонетична та морфологічна. Словотвірна модель: додавання продуктивного грецького суфікса -άρω до іншомовної основи. Зустрічається варіантне написання з латиницею в корені: «flexάρω», також може передаватися як «φλεξ» або «φλεξάρω».

Функція: у молодіжному онлайн-сленгу означає «хизуватися», «показати свої досягнення, багатство, речі чи статус».

Приклад: «Μην flexάρεις τόσο, λίγο ταπεινά» (Не треба так флексити, трохи скромніше).

Український еквівалент: «хвалитися», «крутанути», «флексанути».

Англіцизми на етапі укорінення

Етап характеризується повною інтеграцією слова, що підтверджується його здатністю до подальшого словотворення (деривації).

то скролάρисμα (Instagram) - похідна іменникова форма від дієслова «σκολλάρω», утворена за допомогою характерного для творення грецьких віддієслівних іменників продуктивного суфікса -ισμα. «То скролάρисμα» означає «процес скроління стрічки», тобто дію, що відповідає дієслову «σκολλάρω».

το γκατζετάκι (YouTube) - демінутивна форма, утворена за допомогою зменшено-пестливого суфікса *-άκι*: «το γκατζέτ» + *-άκι* = «το γκατζετάκι». Такі форми засвідчують високий ступінь освоєння лексеми носіями мови.

Екзотизми іншого походження та варваризми

Дослідження виявило низьку продуктивність запозичень з інших мов (окрім англійської). Аналіз матеріалу з трьох обраних соціальних мереж засвідчив наявність лише однієї лексеми, яку можна цілковито класифікувати як екзотизм. Усі інші доцільно зараховувати до варваризмів, адже це поодинокі фрази, слова або навіть цілі речення, які були написані користувачами відповідних країн, для яких ці мови є рідними. Така ситуація є прямим наслідком глобалізації та технічних можливостей сучасних платформ, які дозволяють користувачам переглядати й коментувати контент з усього світу.

Приклад екзотизму з TikTok:

1. **sobriquet** < франц.

Функція: прізвисько - ласкаве або жартівливе ім'я, яке додають людині або персонажу. Може використовуватися для іронічної або ласкавої характеристики.

Приклад: «Το sobriquet σου ταίριαζει τέλεια!» (Твоє прізвисько ідеально тобі пасує).

Український еквівалент: «прізвисько», «псевдонім», «кличка».

Приклади варваризмів:

YouTube

«**Hola, como estas? (icп.)** Happy Halloween, my loves:)» (Привіт, як справи? Щасливого Хелловіну, мої любі:)).

Instagram

«**É uma faixa melhor que a outra!**» (порт.) (Одна пісня краща за іншу!).

Кількісний та якісний аналіз фактичного матеріалу дозволив дійти таких висновків:

1. **Домінування англійської мови:** абсолютна більшість інновацій (понад 90% вибірки) є англіцизмами. Інші мови представлені фрагментарно, переважно на рівні варваризмів.

2. **Розподіл за платформами:** найпродуктивнішим джерелом інновацій виявився **YouTube** (22 одиниці). **Instagram** та **TikTok** надали однакову кількість прикладів по 7 одиниць. Це може пояснюватися специфікою контенту: YouTube сприяє розгорнутим обговоренням та відеоблогінгу, де активно твориться нова термінологія.

3. **Співвідношення англіцизмів-неологізмів:** серед досліджуваних англіцизмів було виявлено 5 лексичних та 17 семантичних неологізмів. Це свідчить про тенденцію англійської мови використовувати лексику для повторного номінування на основі подібності ніж створення нових слів.

4. **Динаміка асиміляції:** більшість зафіксованих одиниць (15 прикладів) перебувають на **етапі адаптації**. Це свідчить про те, що новогрецька мова перебуває в активній фазі засвоєння цифрової лексики: слова вже не є чужорідними (пройшли етап проникнення), але ще продовжують пристосовуватися до граматичних норм (набуття роду через артикль, дієслівна суфіксація на *-άρω*). Варто відзначити, що граматична адаптація більшості запозичених іменників відбувається аналітичним шляхом: категорія роду маркується виключно за допомогою артикля, тоді як самі лексеми залишаються невідмінюваними. Зокрема, вісім із проаналізованих одиниць функціонують у середньому роді.

У сфері дієслівного словотвору найвищу продуктивність виявив суфікс *-άρω*. Інші дериваційні моделі, описані в теоретичній частині роботи, на емпіричному рівні підтвердження не знайшли.

Група екзотизмів виявилася непродуктивною. Лексичні одиниці неанглійського походження фіксувалися лише як спорадичні варваризми, що слугує додатковим доказом домінантної ролі англійської мови у процесах оновлення сучасного лексичного фонду.

2.2.2. Внутрішньомовні неологізми: словотвірні моделі та семантична деривація.

Після аналізу лексичних запозичень, доцільно перейти до розгляду інновацій, створених внутрішніми ресурсами мови. Це явище є одним із ключових маркерів креативності у молодіжному онлайн середовищі. Внутрішньомовні новотвори (неолексеми) формуються без попередньої лексичної основи і слугують для номінації нових реалій, емоційних станів або соціокультурних феноменів, часто несучи гумористичний, іронічний чи експресивний стилістичний відтінок.

Поряд із новотворами, значного поширення набувають лексеми із семантичними зсувами (семантичні неологізми), коли наявні в мові слова зазнають метафоричного або метонімічного перенесення ознак. Ця тенденція пояснюється як принципом економії мовних засобів, так і потребою в полісемії для відображення складних комунікативних реалій.

Внутрішньомовні неологізми.

Нові слова створюються не лише шляхом запозичень, а й за допомогою внутрішніх ресурсів мови, використовуючи існуючі морфеми – префікси, суфікси, корені. Появу внутрішньомовних неологізмів у цифровому дискурсі зумовлюють кілька чинників. По-перше, **ігрова функція мови**: користувачі прагнуть експериментувати та створювати каламбури. По-друге, **потреба в експресії та стилістичному маркуванні**: слова набувають яскравого емоційного забарвлення, часто через афіксацію – додавання суфіксів до існуючих основ. Далі наведено деякі приклади таких внутрішньомовних неологізмів.

κρυούλιαζω < грец.

Платформа: Instagram.

Формування: дієслово утворене морфологічним шляхом від кореня «κρυούλια» з додаванням продуктивного дієслівного суфікса -άζω.

Функція: «дивна, смішна або незграбна поведінка».

Приклад: «Μην κριπουλιάζεις μπροστά σε όλους!» (Не кривляйся перед усіма!).

Український еквівалент: «кривлятися», «робити дурниці».

η μορφάρα < грец.

Платформа: Instagram.

Формування: іменник, утворений морфологічним шляхом від основи «μορφή» (форма, зовнішність) із додаванням аугментативного суфікса -άρα, який у розмовній мові підсилює значення та надає експресивно-оцінного відтінку.

Функція: використовується для вираження захоплення або підкреслення привабливої, ефектної зовнішності.

Приклад: «Τον είδες; Είναι μεγάλη μορφάρα!» (Ти його бачив? Він справжній красунчик!).

Український еквівалент: «красунчик / красуня».

η αγορομάνα < грец.

Платформа: Instagram.

Формування: Іменник, утворений шляхом складання слів αγόρι (хлопець) + μάνα (мати).

Функція: Вживається для позначення матері, яка надмірно опікується сином або постійно перебуває поруч із ним, часто з негативно-гумористичним або іронічним відтінком.

Приклад: «Είμαι αγορομάνα. Και αυτό σημαίνει πως ποτέ δεν ξέρω αν θα πάρω αγκαλιά, φιλί... ή κανένα ουρανοκατέβατο αυτοκινητάκι στο κεφάλι.» (Я мама хлопчика. А це означає, що я ніколи не знаю, чи отримаю обійми, поцілунок... чи автомобільчиком по голові.).

Український еквівалент: «мама хлопчика».

οι τρενάδες < грец.

Платформа: YouTube.

Формування: іменник, утворений від слова τρένο (поїзд) із додаванням суфікса -άδες, який у розмовній мові часто використовується для множини з емоційним забарвленням.

Функція: вживається на позначення людей, які малюють графіті на потягах.

Приклад: «Н ἀληθινὴ ἱστορία τῶν τρενάδων» (Правдива історія графітерів на потягах).

Український еквівалент: «тренадес» (транскрипція) або «графітери на потягах».

Отже, зафіксована незначна кількість внутрішньомовних новотворів, що свідчить про те, що цей спосіб поповнення молодіжної лексики є малопопулярним, що може бути пояснено домінуючим впливом англomовної культури та тяжінням до іншомовних запозичень.

Семантична деривація.

Дослідження семантичних неологізмів охоплює лексичні одиниці, які вже існують у мовній системі, але набули нових значень або конотацій під впливом цифрового контексту. Трансформація семантичної структури слова відбувається переважно через метафоризацію або розширення значення, коли традиційні поняття стають основою для номінації нових технологічних явищ. Для систематизації прикладів було обрано платформи соціальних мереж (Instagram, YouTube та TikTok), що дозволяє простежити специфіку використання лексики в різних цифрових середовищах і показати, як алгоритми, формат контенту та особливості взаємодії користувачів впливають на розвиток значення традиційних слів. Такий підхід забезпечує структуроване та всебічне розуміння процесів семантичного оновлення в сучасній молодіжній мові.

ανεβάζω < грец.

Платформа: Instagram.

Первинне значення: дієслово **ανεβάζω** буквально означає «піднімати»; у традиційному контексті використовується щодо фізичного підняття чогось або розміщення об'єкта.

Вторинне значення: у цифровому контексті стало означати «викладати контент у соціальних мережах», «публікувати відео чи фото».

Приклад: «Μόλις ανέβασα το νέο βίντεο στο YouTube!» (Щойно виклала нове відео на YouTube!)

Український еквівалент: «постити», «викладати».

δέκα με τόνο < грец.

Платформа: TikTok.

Первинне значення: «δέκα με τόνο» буквально «десять із наголосом» – тобто максимальна оцінка з додатковим підкресленням.

Вторинне значення: з часом вираз став уживатися метафорично – як оцінка будь-чого (зовнішності, поведінки, події) у значенні «відмінно», «на всі сто», «супер».

Приклад: «είναι οντως 10'» (вона й справді 10/10).

Український еквівалент: «Топ!», «Десять із десяти!», «10+».

sigma < англ.

Платформа: TikTok.

Адаптація: графічна – збережено латинське написання «sigma», хоча лексема походить від назви грецької літери «σ» («σίγμα»); у грецькому молодіжному онлайн-дискурсі часто пишеться так само, «sigma», іноді грецькими літерами як «σίγμα».

Первинне значення: буквально – «грецька літера Σ / σ», 18-та літера грецького алфавіту. У математиці – символ суми «Σ».

Вторинне значення: у сучасному інтернет-сленгу «sigma» (особливо «sigma male») означає «самодостатнього, незалежного чоловіка, який не потребує схвалення від інших», часто асоціюється «з харизмою, упевненістю та емоційною стриманістю».

Приклад: «Sigma energy activated» (Енергія сігми – активовано).

Український еквівалент: «сигма», «сігма», «мачо».

βασικός / βασική < грец.

Платформа: TikTok.

Первинне значення: прикметник βασικός означає («основний», «звичайний»).

Вторинне значення: використовується для позначення людини, яка не має власної особистості, чії смаки та уподобання завжди сліднують за масою. Також описує того, хто нічим не виділяється серед інших.

Приклад: «Χαχα, τι βασικά! Όλοι φράνε το ίδιο» (Хаха, яка неоригінальна! Усі носять одне й те саме).

Український еквівалент: «типовий», «масовий», «звичайний»; у розмовній мові може звучати як «неоригінальний», «як усі».

αουα < грец.

Платформа: YouTube.

Первинне значення: звуконаслідування плачу дитини.

Вторинне значення: вживається для опису жінки, яка є приваблива або сексуальна.

Приклад: «Αυτή η γυναίκα είναι αουα!» - «Ця жінка — гаряча!»

Український еквівалент: «гаряча».

ακολουθώ < грец.

Платформа: YouTube.

Первинне значення: дієслово ακολουθώ буквально означає «слідувати», «йти за кимось».

Вторинне значення: у цифровому контексті набуло метафоричного значення — «бути підписаним на когось», «слідкувати у соціальних мережах». Механізм трансформації пов'язаний із переносом традиційної соціальної дії слідування у віртуальний простір, де користувач «слідкує» за цифровим слідом іншої особи.

Приклад: «Ακολουθώ όλους τους αγαπημένους μου δημιουργούς στο Instagram.» (Я підписаний на всіх моїх улюблених авторів в Instagram.)

Український еквівалент: «підписатися», «стежити за», «фоловити».

πιστόλι < грец.

Платформа: YouTube.

Первинне значення: іменник πιστόλι означає «пістолет».

Вторинне значення: у молодіжному сленгу позначає ситуацію, коли хтось раптово скасовує щось «на бах» (одразу, без попередження), наприклад зустріч чи план.

Приклад: «Μου έκανε πιστόλι και δεν είπε τίποτα» (Він зірвав усе на раз і навіть нічого не сказав.).

Український еквівалент: «відмінняє в останню секунду», «зірвав усе на раз».

Проведений аналіз внутрішньомовних неологізмів та семантичних зсувів у молодіжному онлайн-дискурсі дозволяє зробити кілька узагальнень:

1. Найпродуктивніший спосіб: у межах новогрецької мови семантична деривація (7 одиниць) виявилася більш плідною, ніж внутрішньомовна неологізація (4 одиниці), що здійснюється за допомогою власних морфем.

2. Розподіл за платформами: **Instagram** та **YouTube** виступають основними середовищами для словотворчих експериментів і семантичного оновлення (по 4 одиниці кожного виду), тоді як **TikTok** у цьому випадку дав лише 3 приклади.

Таким чином, внутрішньомовні механізми забезпечують певну самобутність молодіжного онлайн-дискурсу, проте їхня кількість і поширеність обмежені.

Висновки до другого розділу

У другому розділі роботи було охарактеризовано джерельну базу дослідження та детально описано методику опрацювання мовного матеріалу, що уможливило здійснення комплексного аналітичного, а також структурно-семантичного аналізу відібраних лексичних одиниць.

Аналіз матеріалу з різних соціальних платформ показав, що найбільшу продуктивність демонструє YouTube, у межах якого було зафіксовано 26 лексем для семантично-структурного аналізу. Друге місце посідає Instagram з 11 одиницями, тоді як TikTok представлений 10 прикладами. Такий розподіл пояснюється ширшим спектром доступного контенту та простішими алгоритмами пошуку на окремих платформах.

Результати дослідження засвідчують, що сучасна новогрецька мова активно засвоює англломовні семантичні неологізми, що вказує на переважання зовнішніх лексичних впливів над процесами внутрішньомовного словотворення. Загалом у межах досліджуваного корпусу було зафіксовано 36 англіцизмів, більшість з яких перебуває на етапі адаптації (15 одиниць), що свідчить про інтенсивний процес інтеграції англійських запозичень до молодіжного лексикону. Натомість кількість грецьких неологізмів є значно меншою і становить лише 11 одиниць.

Що стосується екзотизмів як одного зі шляхів поповнення лексичного складу, то цей механізм виявився найменш продуктивним: усього було виявлено лише один відповідний приклад. Два інші зафіксовані випадки доцільніше кваліфікувати як варваризми, оскільки йдеться про епізодичне використання іншомовних елементів, зумовлене, ймовірно, мовним походженням користувачів або рівнем володіння іноземними мовами.

Крім того, у межах розділу здійснено зіставний аналіз продуктивності лексичних і семантичних неологізмів у новогрецькій та англійській мовах. В англійській мові зафіксовано 5 лексичних та 17 семантичних неологізмів, тоді як у новогрецькій — відповідно 4 та 7 одиниць. Отримані кількісні показники

дають підстави говорити про спільну для обох мов тенденцію до вторинного номінування як провідного механізму мовної інновації.

Водночас зіставний аналіз дозволяє дійти висновку, що вплив англійської мови на новогрецьку не вичерпується лише лексико-семантичним рівнем, а виходить за його межі, охоплюючи також графічний та орфографічний виміри мовлення. Саме ця обставина зумовлює актуальність подальшого розгляду таких явищ, як *Greeklish* та *Engreek*, детальний аналіз яких буде представлено в наступному підпункті.

РОЗДІЛ 3. ПРАГМАТИЧНИЙ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙ У НОВОГРЕЦЬКОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

3.1. Специфіка графічної репрезентації лексики в онлайн-спілкуванні

3.1.1. Феномени Greeklish, Engreek та перемикання кодів як соціокультурне явище

Соціальні мережі формують специфічний комунікативний простір, де користувачі реалізують власну мовну та культурну ідентичність, вільно варіюючи засоби вираження. Відсутність жорсткої нормативної регламентації у цифровому середовищі легітимізує змішування графічних систем англійської та грецької мов.

Як зазначалося в теоретичній частині роботи, виникнення Greeklish (запису грецької мови латиницею) первинно було зумовлене технічним детермінізмом – відсутністю підтримки грецького шрифту в ранніх комп'ютерних системах. На сучасному етапі, попри нівелювання технічних обмежень, ця практика зберігається як стилістичний вибір та соціолектний маркер.

Для детального аналізу емпіричний матеріал класифіковано за трьома типами транслітерації: фонетичною, орфографічною (оптичною) та позиційною (клавійатурною). Це дозволяє верифікувати гіпотезу про залежність типу графічної репрезентації від специфіки соціальної платформи (Instagram, TikTok, YouTube).

Фонетична транслітерація:

Цей тип базується на звуковій подібності грецьких та латинських літер або цифр. Наприклад:

Instagram

1. «Pes mou oti **p**iges sto paradiso **x**oris na m to **p**is» – «Πες μου ότι **π**ήγες στον παράδεισο, **χ**ωρίς να μου το **π**εις» (Скажи, що ти їздив до раю, не кажучи мені про це);

2. «Emeis oi agloromanes **th**a exoume panta enan **ad**ra dipla mas se ola tn gio mas» – «Εμείς οι αγλορομάνες (імовірно мається на увазі «аγορομάνες») **th**a έχουμε πάντα έναν **άν**τρα δίπλα μας σε όλα τη (імовірно мається на увазі «то») γιο μας» (Ми, мамі-хлопчиків, завжди матимемо поруч чоловіка – свого сина);

3. «Naste **p**anda kala eyxomai» – «Να'στε **πάν**τα καλά εύχομαι» (Я бажаю, щоб все у вас було добре).

TikTok

1. «**i**ste poli omorfes» – «**εί**στε πολύ ομορφές» (Ви дуже вродливі);
2. «ахаха **ego**» – «**α**χαχα **εγ**ω» (ахаха яяя);
3. «**den** koim**i**thika» – «**δ**εν κοιμή**θη**κα» (я не спала);
4. «**Th**a pas school?» – «**Θ**a πας school?» (Підеш завтра в школу?);
5. «Giati mono katat**h**liptika exei???» – «Γιατί μόνο κατα**θ**λιπτικά έχει???» (Чому тут лише все сумне???);
6. «oo re ti kanoun ta sokolatakia» – «οο ρε τι κάνουν τα σοκολατάκια» (Οο, так, що роблять ці шоколадки).

YouTube

1. «Ela re Alexandre mono sou Kai oloi tous re morfara» – «Ελα ρε Αλέξανδρε μόνο σου Και όλοι τους ρε μορφάρα» (Ля, ти сам, Олександрє, та і всі інші, красунчики);

2. «Giati **den** anevazeis pia» – «Γιατί **δ**εν ανεβάζεις πια» (Чому ти більше нічого не публікуєш).

Аналіз вибірки дозволив виявити стійкі відповідності фонетичного відтворення:

1. Уніфікація іотацизму: усі графічні варіанти звуку [i] (η, ει, υ, ι) передаються графемою «i» (окрім дифтонга οι).

2. Фонетична імітація приголосних:

«θ» - «th» (англійський диграф із подібним звучанням);

«ξ» - «x»;

«δ» - «d»;

«ω» - «o» (на основі звучання, а не графіки).

3. Спрощення диграфів: грецький диграф «ντ» передається як «d» або «nd».

Орфографічна (оптична) транслітерація:

Цей тип базується на візуальній подібності грецьких та латинських літер або цифр, наприклад:

Instagram

1. «Kouragio iwanna» - «Κουράγιο Ιωάννα» (Сил тобі, Іоанно).

TikTok

1. «Odgos gia tous boomers den mpor**ww**»- «Οδηγός για τους boomers δεν μπορ**ωωω**» (Інструкція для бумерів, ой не можууу);

2. «epina Coca-Cola Kai m epese kat**w** se olo to krevati» - «έπινα Coca-Cola Και μ'έπεσε κάτ**ω** σε όλο το κρεβάτι» (я пила колу і вона в мене розлилася на все ліжко);

3. «ti diatrof**h** kaneis?» - «τι διατροφ**ή** κάνεις?» (яке у тебе харчування?).

YouTube

1. «Siga m**w**ri» - «Σιγά μ**ω**ρή» (Спокійно, крале);

2. «**8**elw na faw unbann» - «**θ**έλω να φάω unbann» (Хочу їсти, розбаань).

Аналіз закономірностей:

1. Грецька «η» послідовно відтворюється як «h» (візуальна подібність), а не фонетичне «і». Випадків використання «п» не було зафіксовано.

2. Грецька «ω» передається як «w» (візуальна подібність).

3. Використання цифр (leet speak): зафіксовано заміну «θ» на «8».

Позиційна або клавіатурна транслітерація:

Базується на відповідності розташування клавіш на фізичній клавіатурі (QWERTY та грецька розкладка), наприклад: платформа YouTube: «maria ise kou**u**klara» - «μαρία είσαι κο**υ**κλάρα» (Марія ти – лялечка). Механізм: літера «υ» (у

диграфі ou) передана як «у», оскільки вони займають одну клавішу. Низька частотність цього типу (лише один випадок) пояснюється поширенням мобільної комунікації із сенсорними екранами, де візуальна відповідність клавіш втрачає актуальність.

Попри теоретичні прогнози щодо перспективності явища Engreek (англійська мова грецькою графікою), емпіричне дослідження засвідчило його низьку продуктивність.

Було зафіксовано лише поодинокі випадки:

TikTok: «Φερστт» (< англ. *first*) – збережено фонетичну форму.

YouTube: «Βιζιτ» (< англ. *visit*) – графічно-фонетична адаптація.

Значно поширенішим є ситуативне перемикання кодів (Code-Switching) – чергування грецької та англійської мов (або графік) у межах одного висловлювання. Розглянемо приклади, погрупувавши їх за соцмережами, щоб виявити характерні тенденції для кожної соціальної мережі та простежити, чи впливає формат і комунікативні особливості платформи на частотність та типи перемикання між мовними кодами.

Instagram

1. «rise and shine with croissant**άκι** and cinnamon roll**άκιu**» (прокидайся і сядь разом з круасанчиком і булочкою з корицею);

2. «Καταπληκτικό **album!!!**» (Чудовий альбом!!!);

3. «Κάνε **tag** το ginger**άκι** που θές να σου φτιάξει αυτά τα τέλεια **cinnamon rolls!**» (Тегни свого імбирчика, який ти хочеш, щоб приготував тобі ці прекрасні cinnamon rolls!);

4. «Δες τη συνταγή στο **link** του **bio**» (Подивись рецепт за посиланням у шапці профілю).

Отже, узагальнюючи проаналізований матеріал, можна сформулювати такі висновки щодо типології і функції перемикань:

а) у прикладах 1 та 3 спостерігаються випадки морфологічної гібридизації, зокрема додавання грецького демінутивного суфікса *-άκι* до англійських основ,

що свідчить про високий ступінь інтеграції запозичень та прагнення надати висловлюванню емоційно-експресивного забарвлення;

б) у прикладах 2, 3 та 4 зафіксовано випадки лексичної інклюдії, зокрема використання окремих англійських слів у межах грецького речення, таке використання є найбільш поширеним прикладом ситуативного перемикування кодів..

TikTok

1. «**Ρεσπεκτ bro** και συχαριτεiria που βοηθάς απλά μπράβο» (Респект бро і подяка за допомогу просто браво);
2. «**slayyyy queen** telia ta prosopasas girls» (slayyyy королева, ваші обличчя ідеальні, дівчата).

Таким чином, спостерігаємо дві тенденції:

- а) ситуативне використання англійських слів та Engreek у грецькому тексті;
 - б) застосування англійських слів серед Greeklish для емоційного підсилення.
- Англійські вкраплення виступають маркерами молодіжного стилю та експресії.

YouTube

1. «Το αληθινό **room tour** μιας **influencer**» (Справжні рум тур від інфлюенсерки);
2. «Εχουμε **καφεϊν αντιξιον**» (У нас є кофеїнова залежність).

Як і в попередніх прикладах з платформи TikTok спостерігаємо ситуативне включення англійських слів та Engreek у межах грецького тексту.

Аналіз засвідчив, що вибір графічної системи (Greeklish) та практика перемикування кодів залежать не стільки від платформи (Instagram, TikTok, YouTube), скільки від індивідуальних комунікативних стратегій користувачів. Домінуючим типом транслітерації залишається фонетичний, тоді як позиційний тип стає рудиментарним. Сучасна онлайн-комунікація демонструє високу гнучкість, що створює підґрунтя для появи нових креолізованих форм. У наступному розділі буде розглянуто роль невербальних компонентів – емодзі та графічних символів – у формуванні змісту повідомлень.

3.1.2. Креолізовані тексти: роль емодзі та графічних символів у лексичній системі

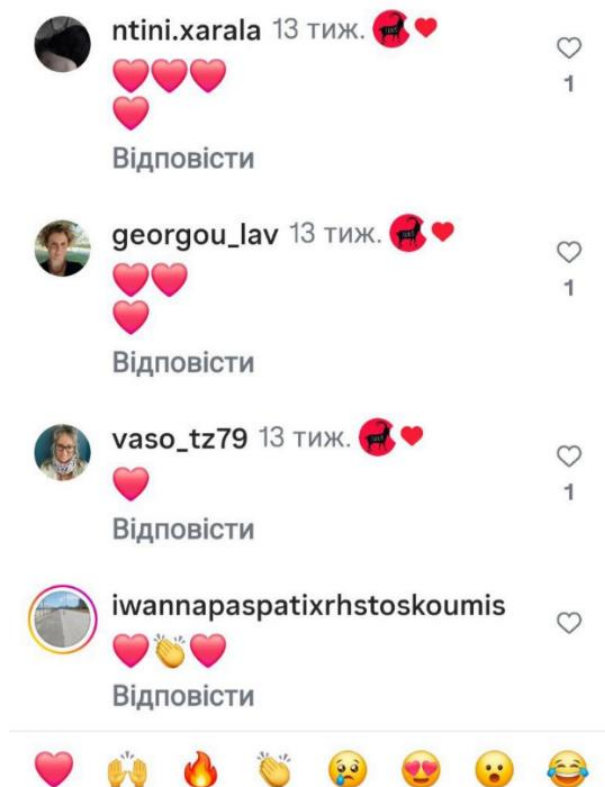
У структурі сучасної цифрової комунікації визначальну роль відіграють емодзі та емотикони, які трансформують вербальний текст у креолізований (полікодовий). Ці елементи виконують функцію компенсації відсутніх у письмовому мовленні невербальних каналів (міміки, жестів, інтонації), забезпечуючи передачу емоційного стану адресанта та модальності повідомлення. Емодзі виступають не лише інструментом експресії, а й маркером соціокультурної ідентичності (зокрема, приналежності до молодіжної інтернет-субкультури), сприяючи створенню більш насиченого комунікативного акту.

У межах дослідження здійснено класифікацію емодзі за функціонально-семантичним принципом на матеріалі соціальних мереж (Instagram, TikTok, YouTube). Аналіз дозволив виокремити три базові моделі використання графічних символів: автономну, субститутивну та комплементарну.

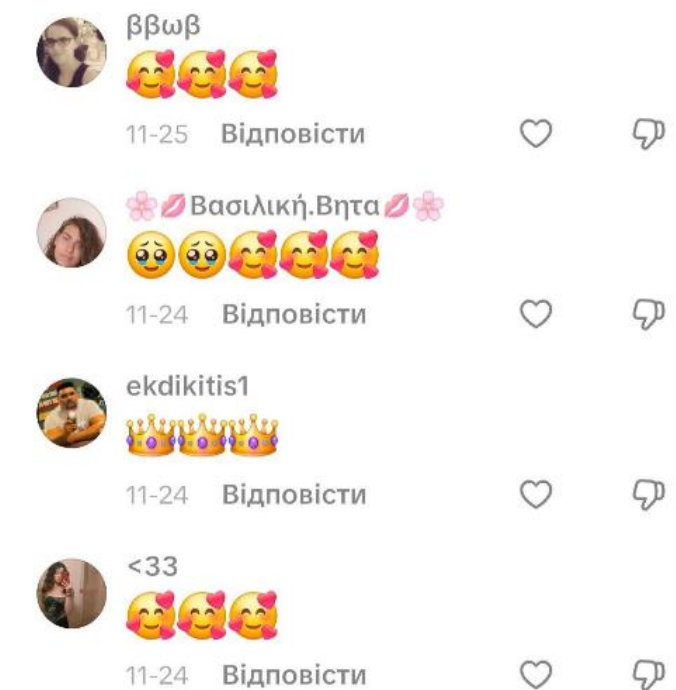
1. Автономна функція (емодзі як самостійне висловлювання).

У цьому випадку графічні символи повністю заміщують вербальний текст, виступаючи еквівалентом реакції або оцінки.

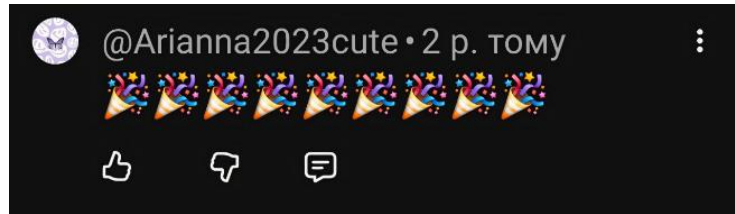
Приклади:



Малюнок 3.1. Коментарі з використанням емодзі та панель швидкого набору в Instagram



Малюнок 3.2. Коментарі з використанням емодзі в TikTok.



Малюнок 3.3. Коментар з використанням емодзі в YouTube.

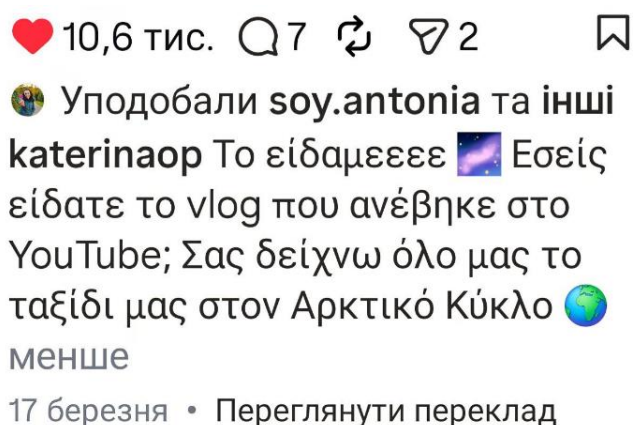
Вибір емодзі часто детермінується миттєвою емоційною реакцією користувача на візуальний контент. Як демонструють малюнки 3.1 та 3.2, використання позитивно забарвлених символів (серця, вогники, оплески) виконує функцію невербального компліменту, виражаючи схвалення. Натомість на малюнку 3.3 зафіксовано етикетну функцію – емодзі, що замінює вербальне вітання.

Варто зауважити, що на частотність використання певних символів впливає архітектура інтерфейсу. Панель швидкого доступу до емодзі в Instagram та TikTok спонукає користувачів обирати ті варіанти, що знаходяться «під рукою». Отже, структура реакцій формується під впливом як емоційних інтенцій, так і технічних афордансів платформи.

2. Субститутивна функція (емодзі як заміник лексеми).

Ця модель реалізує принцип мовної економії та візуалізації змісту, коли емодзі замінює конкретне слово або поняття.

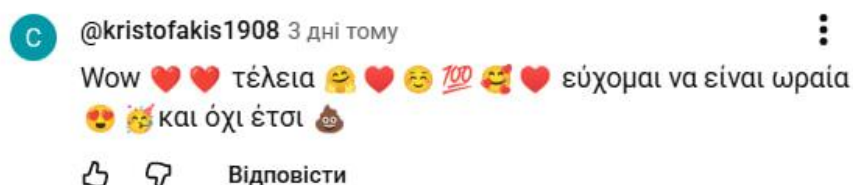
Приклади:



Малюнок 3.4. Підпис до допису в Instagram. (пер. з грец.: Ми його побачили (полярне сяйво). Ви бачили новий влог, який вийшов на YouTube? Там про всю нашу подорож до Полярного кола).



Малюнок 3.5. Коментар у TikTok. (пер. з Greeklish: Спочатку я подумала, що колготки – це волосся, і я така (шок)).



Малюнок 3.6. Коментар у YouTube. (пер. з грец.: Вау, чудово, бажаю, щоб все було добре, а не ось так (все погано)).

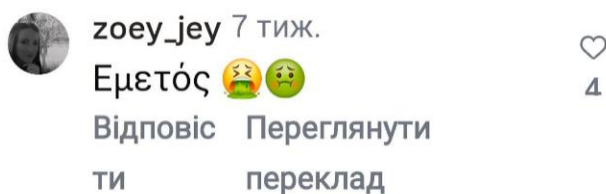
Емодзі виконують важливу комунікативну функцію, вони дають змогу кодувати певні слова чи поняття, тим самим економлячи час на введення тексту. На малюнку 3.4 продемонстровано, як блогерка замінює словосполучення «полярне сяйво» відповідною піктограмою, що пришвидшує сприйняття інформації.

Крім того, емодзі підсилюють емоційне забарвлення висловлювання, створюючи більш наочний та експресивний ефект. Це добре ілюструють малюнки 3.5 та 3.6. У першому випадку емодзі «череп» використовується не у прямому значенні, а як сленговий маркер (метафора «вмираю від сміху» або шок), що є характерним для покоління Z. У другому – емодзі «купка» субститує опис негативної ситуації або невдачі, додаючи повідомленню іронічного або грубо-фамільярного відтінку. Таким чином, емодзі стають повноцінними носіями семантики, здатними замінювати лексичні одиниці.

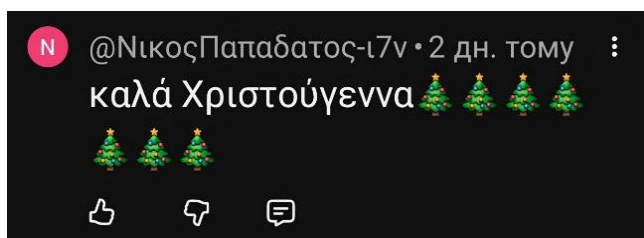
3. Комплементарна функція (Емодзі як емоційний супровід).

Найпоширеніша модель, за якої графічні елементи дублюють або підсилюють зміст вербального повідомлення.

Приклади:



Малюнок 3.7. Коментар в Instagram. (пер. з грец.: «блювота»).



Малюнок 3.8. Коментар в YouTube. (пер. з грец.: «Щасливого Різдва»).



Малюнок 3.9. Коментар в TikTok. (пер. з Greeklish: «Коли ти виростеш, ким ти станеш коли виростеш (розчулення)»).

У наведених прикладах простежується чітка закономірність у використанні емодзі як засобу підсилення емоційного змісту висловлювання. На малюнку 3.7 емодзі «блювота» і «нудота» виступають як семантичне узгодження, вони візуалізують і підсилюють значення слова «блювота», тим самим сигналізуючи про відразу до контенту. На малюнку 3.8 емодзі «різдвяна

ялинка» використовуються для створення атмосфери, вони супроводжують привітання, маркуючи святковий контекст. У свою чергу, на малюнку 3.9 комбінація емодзі «троянди» та «розбите серце» використовуються як емоційна конкретизація, вони слугують маркером емоції розчулення та емпатії. У цих випадках емодзі уточнюють тональність тексту, запобігаючи двозначному трактуванню.

Аналіз засвідчив, що традиційні емотикони (комбінації друкованих знаків, наприклад :)) втрачають свою продуктивність, поступаючись місцем графічно досконалішим емодзі (Unicode). Поодинокі приклади використання емотиконів було зафіксовано лише на платформі YouTube:

1. «Το bagel δεν το είδαμε ψημένο :(» (Запечений бейгл ми так і не побачили :();

2. «Το δοκίμασα!! Δουλεύει, αλλά μπήκα με μια φίλη μου! Συγχαρητήρια!!! :) :) » (Я спробувала!! Це працює, але я зайшла лише з однієї подругою! Молодець!!! :) :)).

Це свідчить про прагнення сучасної аудиторії до використання візуально багатших засобів комунікації, тоді як емотикони залишаються рудиментарним явищем або стилістичним вибором для вираження ностальгії чи простоти.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що емодзі та емотикони посідають важливе місце у структурі креолізованих текстів, формуючи окремий рівень цифрової семіотики. Вони не лише компенсують брак невербальних засобів комунікації в онлайн-середовищі, а й впливають на формування нових моделей мовної поведінки. Разом із тим аналіз матеріалу показав, що емотикони мають значно меншу популярність порівняно з емодзі. Така тенденція свідчить про прагнення молодіжної аудиторії використовувати ширшу та більш гнучку палітру графічних засобів вираження емоцій і смислів, а не обмежуватися символами, утвореними виключно за допомогою розділових знаків.

Таким чином, використання емодзі в сучасній цифровій комунікації свідчить про розширення функціонально-прагматичного потенціалу мови в інтернет-середовищі та формування нових практик мовної взаємодії, що

поєднують вербальні та невербальні елементи в єдиному мультимодальному просторі.

Оскільки емодзі та інші елементи креолізованого тексту суттєво впливають на структуру та динаміку цифрової комунікації, логічним є подальший аналіз того, яким чином новотвори та інноваційні мовні одиниці функціонують у соціальних мережах у прагматичному вимірі та як вони взаємодіють із сучасними тенденціями мовної політики. Саме ці аспекти розглядатимуться у наступному підрозділі.

3.2. Функціонально-прагматичний потенціал та мовна політика

3.2.1. Комунікативно-прагматичні функції новотворів у соціальних мережах

Специфіка комунікації в онлайн-просторі характеризується диспропорцією між швидкістю мислення та швидкістю механічного набору тексту. Цей чинник актуалізує принцип мовної економії: користувачі прагнуть оптимізувати процес взаємодії, мінімізуючи часові та фізичні затрати на продукування повідомлення.

Реалізація цього принципу відбувається через використання емодзі (графічна компресія) та формування системи лексичних скорочень (вербальна компресія). Аббревіатури та усічення функціонують як компактні замітники високочастотних лексем і фраз, набуваючи статусу прагматичних маркерів інтернет-дискурсу. Саме їхнє функціональне та прагматичне навантаження і становить предмет подальшого аналізу.

Нижче наведено структурно-семантичний аналіз скорочень, класифікованих за джерелом походження (Instagram, TikTok, YouTube), з метою виявлення платформної специфіки їх функціонування в кожному середовищі та з'ясування, які саме типи скорочень там функціонують і яку комунікативно-прагматичну роль вони виконують.

Instagram: комунікативно-інформативна функція

На цій платформі переважають скорочення, що забезпечують швидкий обмін інформацією та структурування повідомлень.

μνμ (< грец. *το μήνυμα*)

Механізм творення: стягнення (контракція) – видалення голосних зі збереженням консонантного каркаса слова.

Функція: економія часу при позначенні стандартного поняття «повідомлення» у месенджерах.

Приклад: «Όποια ενδιαφέρεται να μου στείλει μνμ για τις πληροφορίες.» (Кожна, кому це цікаво, може надіслати мені повідомлення для отримання інформації.).
Український еквівалент: «смс».

Υ.Γ. (< грец. *το υστερόγραφο*)

Механізм творення: ініціальна аббревіація (акронім) словосполучення «Υστερο» та «Γράφο».

Функція: маркер постскриптуму; структурує текст, виокремлюючи додаткову інформацію. Використовується в усіх регістрах спілкування.

Приклад: «Υ.Γ. Έφτιαξε και καινούριο προφίλ για τη δουλειά του!» (П.С. Він створив новий профіль для своєї роботи!).

Український еквівалент: «P.S.», «П.С.».

POV (< англ. *point of view*)

Механізм творення: запозичена ініціальна аббревіатура: «Point Of View» = «POV».

Функція: жанровий маркер контенту; вказує на перспективу розповіді або рольову ситуацію (часто в мемах).

Приклад: «POV: είσαι στην ουρά για σουβλάκι» (POV: ти стоїш у черзі за сувлакі).

Український еквівалент: «POV / ПОВ»

TikTok: експресивно-оцінна функція.

Платформа демонструє найвищу продуктивність у творенні сленгових скорочень, що пояснюється динамікою контенту та орієнтацією на молодіжну аудиторію.

отк (< грец. *ό,τι καλύτερο*)

Механізм творення: акронімія фрази («ό» + «τι» + «καλύτερο») .

Функція: Вираження найвищого ступеня схвалення, аналог висловів: «круто», «супер», «найкраще», «бомба», подібно до «top», «the best».

Приклад: «Tutorial χαχαχ отк» (Tutorial ахаха топ).

Український еквівалент: «топ», «найкраще», «круто».

ΕΤΣ (< грец. *έτσι*)

Механізм творення: апокопа (усічення) кінцевого голосного слова «έτσι» («так», «саме так»).

Функція: експресивне підтвердження згоди («саме так»).

Приклад: «ΑΝΑ ΕΤΣ» (СAME ТΑΚ ΑННА).

Український еквівалент: «саме так», «точно», «правильно».

ΣΑΡΣ (< грец. *σας αρέσει*)

Механізм творення: сегментарна конденсація фрази (вибіркове поєднання початкових та серединних літер: «Σας ΑΡέΣει».

Функція: фатична функція – запит на зворотний зв'язок від аудиторії («вам подобається?» / «як вам?»). Часто з'являється під постами або відео, коли автор запитує думку підписників.

Приклад: «ΣΑΡΣ το νέο βίντεο;» (Вам подобається нове відео?)

Український еквівалент: «Подобається?», «Як вам?», «Вам подобається?».

ΜΑΡΣ (< грец. *μου αρέσει*)

Механізм творення: сегментарна конденсація за аналогією до ΣΑΡΣ «Μας ΑΡέΣει» («нам подобається»)..

Функція: реакція схвалення («Мені подобається»). Утворює комунікативну пару з попереднім скороченням.

Приклад: «ΜΑΡΣ το νέο βίντεο!» (Нам подобається нове відео!).

Український еквівалент: «Нам подобається!», «Кайф!», «Класно!», «Топ!».

FYP (< англ. *for you page*)

Механізм творення: запозичена ініціальна аббревіатура від англійської фрази «For You Page».

Функція: технічний хештег для оптимізації роботи алгоритмів рекомендацій, використовується у соцмережах (особливо TikTok) для позначення контенту, який алгоритм показує конкретному користувачу на його персоналізованій сторінці.

Приклад: «Αυτό το βίντεο πρέπει να εμφανιστεί στο FYP όλων!» (Це відео має з'явитися на FYP у всіх!).

Український еквівалент: «Фор ю», «for you page».

LMAO (< англ. *laughing my ass off*)

Механізм творення: запозичена ініціальна аббревіатура від англійської фрази «Laughing My Ass Off».

Функція: емотивний маркер інтенсивного сміху.

Приклад: «Σοβαρά τώρα; LMAO » (Це серйозно? LMAO).

Український еквівалент: «LMAO».

YouTube: комерційно-прагматична функція.

На цій платформі зафіксовано найнижчу щільність скорочень.

merch (< англ. *merchandise*)

Механізм творення: апокопа (усічення основи) до перших 5 літер (merch), що робить слово більш зручним для використання під час онлайн-комунікації.

Функція: номінація брендованої продукції.

Приклад: «Να ρωτήσω επειδή είμαι καινούργια στο κανάλι, έχετε merch?» (Запитаю бо я новенька на цьому каналі, у вас є мерч?).

Український еквівалент: «мерч», «merch».

Порівняльний аналіз засвідчив нерівномірний розподіл лексичних інновацій: TikTok виступає найпродуктивнішим середовищем для аббревіації (6 одиниць), тоді як YouTube демонструє найменшу активність (1 одиниця). Ця диспропорція зумовлена архітектурою платформ та алгоритмічними вимогами: TikTok орієнтований на кліпове мислення, швидкість реакції та візуальну динаміку, що стимулює використання мікро-синтаксису та скорочень. YouTube (зокрема у сегменті довгих відео) ранжує коментарі за глибиною залучення, віддаючи перевагу розгорнутим висловлюванням, що знижує частотність сленгових компресій.

Інтенсивна поява іншомовних аббревіатур та сленгових новотворів неминуче актуалізує питання збереження мовної ідентичності. Це зумовлює

необхідність розгляду реакції мовної спільноти на ці процеси. У підрозділі 3.2.2 буде проаналізовано сучасні тенденції мовного пуризму, спроби «очищення» мови та механізми захисту її самобутності в умовах глобальної цифровізації.

3.2.2. Пуристичні тенденції та проблема збереження ідентичності новогрецької мови

Як зазначалося у теоретичному розділі, новогрецькій мові історично властиві пуристичні тенденції, спрямовані на збереження її самобутності та витіснення надмірних іншомовних запозичень. Однак у контексті сучасної цифрової комунікації постає питання про поширення цих тенденцій на новітні англіцизми, що входять у вжиток через молодіжний сленг. Динамічність і швидкість обігу сленгових одиниць створюють виклик для мовної системи, яка не завжди встигає продукувати власні адекватні неологізми-замінники.

Аналіз емпіричного матеріалу уможливив виявлення таких усталених грецьких відповідників англіцизмів:

1. «ο επηρεαστής» – «influencer» - *інфлюенсер*;
2. «το στιγμιότυπο οθόνης» - «screenshot» - *скріншот*;
3. «η φούσκα πληροφοριών» - «filter bubble» - *інформаційна бульбашка*;
4. «το μίμιν» – «meme» - *мем*;
5. «η οπτική γωνία» – «point of view» - *пов*;
6. «η τηλεδιάσκεψη» – «video call» - *відео дзвінок*;
7. «η συνομιλία» – «chat» - *чат*;
8. «τα σχόλια» – «comments» - *коментарі*;
9. «ο οδηγός» – «tutorial» - *туторіал*.

Висока інтеграція спостерігається здебільшого серед давніших, термінологічно значущих запозичень, які отримали повноцінні грецькі відповідники шляхом калькування або створення неологізмів (ο επηρεαστής, το μίμιν). Це свідчить про їхню стандартизацію та активну інтеграцію в ширшу мовну практику.

Натомість новітні молодіжні сленгові одиниці (slay, cringe, LMAO, cringe, legit), демонструють низький рівень асиміляції, для них зазвичай характерна лише графічна або фонетична адаптація до новогрецької графіки (наприклад, κριντζ, λετζίτ, κρας), або ж зовсім не адаптуються (наприклад, slay, LMAO).

Цей факт може вказувати на слабкий прояв пуристичних тенденцій у молодіжному середовищі, яке не виявляє прагнення відмежуватися від глобальної масової культури або створювати власні мовні альтернативи. Навпаки, використання неадаптованих англіцизмів слугує маркером приналежності до глобальної цифрової культури та світових трендів.

Дослідник Іліас Яннакопулос виділяє низку чинників, що пояснюють, привабливість іншомовних запозичень для молодіжної аудиторії. Передусім це прагнення до оригінальності та сучасності: використання нових іноземних слів дозволяє молоді дистанціюватися від традиційного мовлення, що сприймається як застаріле, і почуватися частиною авангардної культурної спільноти [Γιαννακόπουλος 2025].

Іншим важливим чинником є соціальна інтеграція: спільне використання сленгових одиниць полегшує інтеграцію в референтну групу та посилює відчуття приналежності до спільноти однолітків. Ще одним чинником є ефект ксеноманії: масове поширення іншомовних елементів через соціальні мережі надає їм престижного статусу. Якщо соціальне визнання залежить від частоти використання іноземних термінів, це може спричинити інтерференцію (втручання) іншомовної системи та «відчуження» від рідної мовної традиції.

На противагу тенденції до неконтрольованого запозичення виступає Георгіос Бабінійотис, який наголошує на необхідності «еллінізації» деяких іноземних термінів. На його думку, такий підхід дозволяє зберегти чітку межу між «своїм» та «чужим» і захистити структурну цілісність грецької мови в умовах стрімкої глобалізації [Μπαμπινιώτης 2019, σ. 1-10].

Проте більш гнучка позиція висловлена у статті, опублікованій у виданні «AthensVoice», де підкреслюється, що мова є живим організмом, який еволюціонує автономно через своїх носіїв, незалежно від нормативних приписів лексикографів чи граматиків [Ρουσόπουλος 2020]. Історичний досвід свідчить, що лексеми, які на певному етапі вважалися некоректними чи неприйнятними, з часом можуть закріпитися у мовній системі саме завдяки частотності та природності їх використання. Таким чином, у сфері молодіжного

онлайн-спілкування в Греції спостерігається складна дихотомія між традиційним пуризмом та потужним впливом англомовної цифрової культури, де перемагає принцип мовної економії та соціальної ідентифікації.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було здійснено комплексний аналіз особливостей функціонування новотворень у новогрецькому інтернет-середовищі. У ході дослідження було виокремлено чотири основні специфіки графічного відтворення новогрецької лексики в соціальних мережах, що відображають сучасні тенденції цифрової комунікації.

Передусім встановлено, що домінантною рисою інтернет-дискурсу є формування гібридних графічних моделей на основі взаємодії грецької та англійської абеток. Тісний мовний контакт англійської та новогрецької мов в онлайн-просторі зумовив появу таких форм письма, як Greeklish та Engreek. Хоча Engreek вважається відносно новітнім явищем, спостерігається чітка тенденція до активнішого використання саме більш ранньої форми – Greeklish, що пояснюється її усталеністю та зручністю в неформальному спілкуванні.

Наступною важливою специфікою є широке використання емодзі та емотиконів як засобів підсилення емоційної складової повідомлення. Ця риса є характерною саме для писемної онлайн-комунікації й не має прямого аналога у живому усному спілкуванні. Водночас технічний прогрес і розширення цифрових платформ зумовили зменшення популярності традиційних смайликів та зростання ролі емодзі, які забезпечують значно ширший спектр емоційного й прагматичного вираження.

Ще одна специфіка полягає у використанні скорочень під час інтернет-спілкування. Це явище свідчить про прагнення мовців до економії мовних зусиль, оптимізації часу та швидкої реакції в комунікації, що є характерною ознакою сучасного цифрового дискурсу. У цьому контексті скорочення функціонально зближуються з емодзі, виконуючи роль маркерів інтенції та темпу спілкування.

Окрему увагу приділено характеристиці пуристичних тенденцій, які проявляються у спробах еллінізації інтернет-комунікації. Однак результати аналізу свідчать, що на сучасні неологізми ця тенденція поширюється

обмежено, оскільки молодіжна аудиторія продовжує активно використовувати англіцизми. Така ситуація викликає наукові дискусії щодо потенційних загроз, які несе домінування англійської мови для розвитку та самобутності новогрецької мовної системи.

Таким чином, новогрецький інтернет-дискурс постає як динамічне мовне середовище, у якому поєднуються інноваційні графічні практики, прагматична економія мовних ресурсів та суперечливі тенденції між мовним запозиченням і збереженням національної мовної ідентичності.

ВИСНОВКИ

Соціальні мережі, як невід'ємна складова сучасного інфопростору, активно впливають на мовну систему, трансформуючи традиційні моделі комунікації. Вони слугують динамічним середовищем, де зароджуються та апробуються лексичні інновації, що згодом екстраполюються на живе мовлення. Це дозволяє розглядати соціальні платформи як провідний чинник збагачення та оновлення лексичного складу мови.

Мова функціонує як складна, динамічна та стратифікована система, у якій стабільність граматичного і синтаксичного рівнів співіснує з високою мобільністю лексичного складу. Саме лексика є найбільш проникним компонентом мовної структури, що чутливо реагує на соціокультурні та технологічні трансформації. В умовах глобалізації та стрімкої цифровізації інтенсифікація міжмовних контактів зумовила появу нових векторів впливу на лексичні системи. Новогрецька мова, попри високий ступінь історичної тяглості, на сучасному етапі переживає період активних лексичних зрушень, зумовлених гегемонією англійської мови у міжнародній комунікації та глобальному цифровому просторі.

Емпіричний аналіз засвідчив, що експансія англійських запозичень у сучасному новогрецькому онлайн-дискурсі характеризується не лише кількісним зростанням, а й специфічною внутрішньою динамікою: англіцизми демонструють здатність до швидкої інтеграції та проходження етапів адаптації. Висока швидкість оновлення цифрового лексикону фактично унеможливорює оперативне творення питомих грецьких відповідників, спонукаючи мовну спільноту до стратегії прямого запозичення. У цьому контексті традиційні для новогрецької мови пуристичні тенденції, трансформуються: вони не зникають повністю, однак змушені конкурувати з принципами мовної економії та комунікативної ефективності, які часто забезпечуються саме англійськими новотворами. Перевага англійських неологізмів у досліджуваній вибірці додатково підтверджує масштабність зовнішнього лексичного впливу.

Джерельну базу дослідження склали 123 лексичних одиниць, відібраних методом суцільної вибірки з контенту цифрових платформ: YouTube (43 одиниці), TikTok (36 одиниці) та Instagram (35 одиниці). Структурно-семантичний аналіз корпусу дозволив отримати такі результати:

1) адаптація запозичень: виявлено 36 англіцизми на різних стадіях асиміляції та 3 запозичення з інших мов;

2) неологія: зафіксовано суттєву диспропорцію між іншомовними та власними новотворами – 22 англійських неологізмів (з них 5 лексичних та 17 семантичних) проти 11 власне грецьких (з яких 4 лексичних та 7 семантичних);

3) лексичні еквіваленти: ідентифіковано 9 потенційних грецьких відповідників, здатних замінити усталені англійські терміни, що свідчить про наявність прихованого потенціалу для мовного пуризму;

4) аббревіація: виявлено 6 грецьких та 4 англійські скорочення, що ілюструє паралельне функціонування двох моделей компресії тексту.

Водночас варто наголосити, що новогрецька мова демонструє високий асимілятивний потенціал. Значна частина запозичень проходять повну морфологічну адаптацію (отримують грецькі флексії дієвідмінювання та відмінювання) відповідно до граматичних норм мови-реципієнта.

Встановлено, що інтернет-дискурс виступає каталізатором не лише процесу запозичення, а й активізації внутрішніх дериваційних ресурсів мови, серед яких найвищу продуктивність демонструє суфіксація.

Окремої уваги заслуговує чітка тенденція до семантичної деривації, що реалізується через метафоричне переосмислення традиційної лексики в новому цифровому контексті.

Виявлено значний пласт гібридних утворень, де поєднуються іншомовні корені з грецькими афіксами, що свідчить про гнучкість лексичної системи та її здатність інтегрувати чужорідні елементи без руйнування власної структури.

Узагальнення отриманих даних підтверджує тезу про те, що розвиток новогрецької мови в цифровому просторі відбувається в умовах діалектичної

взаємодії між глобалізаційними впливами та механізмами збереження мовної ідентичності.

Аналіз графічного рівня комунікації виявив стійку тенденцію до формування альтернативних писемних систем. Феномен *Greeklish* (запис грецької мови латиницею) демонструє високу частотність: зафіксовано 20 випадків, з яких 11 припадають на TikTok, 5 – на YouTube і 4 – на Instagram. Натомість явище *Engreek* (запис англійських слів грецькою графікою) виявилось менш продуктивним (4 зафіксовані одиниці: по дві на YouTube та TikTok), а на платформі Instagram не було виявлено жодного прикладу. Така асиметрія репрезентації графічних модифікацій корелює з форматом платформи та комунікативними звичками користувачів.

У структурі креолізованих текстів простежується виразна перевага новітніх графічних засобів. Традиційні емотикони (смайлики) зафіксовано лише у трьох випадках (виключно в коментарях YouTube), тоді як використання емодзі набуло статусу домінантної практики на всіх досліджуваних платформах (проаналізовано понад 60 одиниць). Функціональний діапазон емодзі охоплює емоційне підсилення, семантичне заміщення (субституцію) та комплементарність, що свідчить про мультимодалізацію комунікації, де вербальний і невербальний коди утворюють нерозривну смислову єдність. Емодзі перестали бути факультативним декором, компенсуючи відсутність невербальних засобів (інтонації, міміки) у письмовому спілкуванні.

Кількісний аналіз виявив цікавий парадокс: попри те, що найбільший обсяг лексичного матеріалу було отримано з YouTube (43 одиниці), найвищу інтенсивність мовних інновацій демонструє TikTok. Саме ця платформа є лідером за показниками використання *Greeklish*, *Engreek* та мультимодальних засобів. Зазначена тенденція може пояснюватися специфікою аудиторії платформи: домінування підлітків та молоді у TikTok сприяє швидшому поширенню мовних експериментів, тоді як більш зріла аудиторія Instagram та YouTube демонструє певний мовний консерватизм.

Узагальнення результатів дослідження підтверджує домінування англomовних елементів у грецькому молодіжному онлайн-дискурсі. Висока частотність англіцизмів та запозичених неологізмів сигналізує про посилення зовнішнього лексичного впливу, де англійська мова виступає основним донором інновацій. Водночас незначна кількість власне грецьких новотворів вказує на певну інерційність внутрішньої дериваційної системи. Поширення графічних гібридів (Greeklish, Engreek) та візуальних засобів (емодзі) маркує перехід до нових, візуально насичених форм фіксації інформації. Активне використання емодзі, у порівнянні з емотиконами, додатково підтверджує тенденцію до зростання ролі креолізованих, мультимодальних і візуально насичених типів комунікації.

Функціонально-прагматичний аналіз засвідчив, що ключовими драйверами мовних інновацій у цифровому дискурсі є три фактори: принцип мовної економії (мінімізація зусиль), експресивність (підсилення емоційного забарвлення) та креативність (пошук нових форм вираження). Саме ці три прагматичні інтенції визначають основні моделі лексичних і графічних трансформацій, які спостерігаються в онлайн-комунікації. Соціальні мережі стимулюють високу продуктивність словотворення, гібридизацію лексики, гнучкість граматичної системи, яка легко приймає неологізми, формування нової, молодіжної, цифрової норми, що поступово впливає навіть на публічну й масову мову. Водночас, масове проникнення англіцизмів та використання латиниці провокує пуристичні тенденції в грецькому суспільстві. Дискусія навколо збереження «чистоти» мови свідчить про те, що цифрові інновації сприймаються носіями не лише як лінгвістичне, а й як гостре питання національної ідентичності.

Отримані результати актуалізують необхідність подальших наукових розвідок у таких напрямках: а) динаміка асиміляції: дослідження процесів інституціоналізації англіцизмів для визначення того, які з них закріпляться в узусі та отримають лексикографічну фіксацію, а які залишаться оказіональними явищами сленгу; б) графічна інтерференція: поглиблений аналіз феномену

Engreek як специфічної форми графічної гібридизації, що дозволить виявити закономірності транслітерації та адаптації англійських фонем засобами грецької графіки; в) цифрова прагматика: вивчення взаємодії вербальних і невербальних компонентів (текст + емодзі) у формуванні нових дискурсивних практик, що визначають тональність і модальність сучасної цифрової комунікації.

Таким чином, проведене дослідження не лише фіксує поточний зріз лексико-графічних процесів у новогрецькій мові, а й створює методологічне підґрунтя для подальшого вивчення контактної лінгвістики та динаміки неологізації в епоху глобальної цифровізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баган М. П. Англiзацiя сучасного українськомовного комунiкативного простору: причини, основнi вияви та наслiдки. *Українська мова*. 2020. Том 73, № 1. С. 38–53.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунiкативної лiнгвiстики : пiдручник. Київ : Академiя, 2004. 342 с.
3. Ворначев А., Колот Л., Нiкiфорова В. Дiджитал-лiнгвiстика: як соцiальнi мережi змiнюють англiйську мову. *Актуальнi питання iноземної фiлологiї*. 2025. Вип. 22. С. 22–29.
4. Голубовська І. О. Мова соцiальних мереж як новiтнiй лiнгвiстичний феномен. *Мовнi i концептуальнi картини свiту*. 2015. Вип. 55. С. 49–56.
5. Гудзь Н.О. Інтернет-дискурс як новий тип комунiкацiї: структура, мовне оформлення, жанровi формати. *Сучаснi лiнгвiстичнi студiї* : навч. посiб. Житомир: ЖДУ, 2015. С. 61–87.
6. Данько Ю. А. Соцiальнi мережi як форма сучасної комунiкацiї: плюси та мiнуси. *Сучасне суспiльство: полiтичнi науки, соцiологiчнi науки, культурологiчнi науки*. 2012. №2. С. 179–184.
7. Дзюбiна О. І. Комунiкативний аспект соцiальних мереж Facebook i Twitter. *Вiсник Днiпропетровського унiверситету iменi Альфреда Нобеля. Серiя: Фiлологiчнi науки*. 2014. № 2. С. 218–222.
8. Дзюбiна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологiзмiв соцiальних мереж Twitter та Facebook : дис. ... канд. фiлол. наук : 10.02.04. Львiв, 2016. 248 с. URL: http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis_dzyubina.pdf
9. Дротянко Л. Г. Комунiкацiї в соцiальних мережах i феномен мультикультуралiзму. *Вiсник НАУ. Серiя: Фiлософiя. Культурологiя*. 2019. №1. С. 16–21. URL: <https://jrnل.nau.edu.ua/index.php/VisnikPK/article/view/130.2:%20716.77>

10. Есенова Е. Етапи асиміляції слів у мові-реципієнті: теоретичні аспекти проблеми. *Сучасні дослідження з іноземної філології* : збірн. наук. прац. Ужгород, 2019. Вип. 17. С. 33–40.

11. Зозуля І. Є., Білоус Д. А. Мовні та комунікативні особливості соціальних мереж. *НТКП ВНТУ. Факультет інформаційних електронних систем*. Вінниця, 2022. 4 с. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/40054/15120.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

12. Зубенко О. В. Вплив соціальних мереж на сучасний лексикон англійської мови. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*. 2024. № 4. С. 38–44. URL: <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2024.4.6>

13. Каплуненко В. О., Бондаренко С. В. Основні підходи до визначення поняття соціальні медіа (огляд зарубіжних та вітчизняних досліджень). *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2020. Т. 2, № 12. С. 236–239. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9274/9218>

14. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2014. № 16. С. 61–71.

15. Козубай І. В. Сленг соціальних мереж: лексичні та структурно-семантичні особливості. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. № 56. С. 149-153.

16. Кольцова Ю. Є. Англомовні та україномовні хештеги: компаративний аналіз. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. № 10. С. 78–82.

17. Коневщинська О. Е., Литвинова С. Г. Електронні соціальні мережі як складник сучасних соціальних медіа. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2016. Т. 55, вип. 5. С. 42–54. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_.

18. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства : підручник. Київ : Академія, 2001. 368 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Kocherhan_Mykhailo/Vstup_do_movoznavsta.pdf?PHPSESSID=9amknr2qrkbh7qklv51brb0qm3
19. Крапивний І. В. Глобалізація: сутність, чинники та етапи розвитку. *Вісник СумДУ. Серія Економіка*. Суми, 2008. №1. С.129–137. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/53ee418e-ad3d-468c-9d17-25ee85be4996/content>
20. Кульбабська О. В., Шатілова Н. О. Основи мовознавчих досліджень: модульний курс : навч. посіб. Чернівці : ЧНУ, 2016. 344 с. URL: https://kulbabska.com/images/catalog/pdf/study-materials/Kulbabska.com--Posibniki--Osnovi_movoznavcih_doslidzen_2016_rik.pdf
21. Кургузов А. О. Глобалізація: мовний аспект. *Культура народів Причорномор'я*. 2006. № 86. С. 132–136. URL: [Кnp](#).
22. Мірошник С. О. Поняття «сленг» та його сутнісні характеристики. *Закарпатські філологічні студії* : збірн. матер. міжнар. наук. конф., м. Ужгород, 2023 р. Ужгород, 2023. С. 124–128. URL: <https://nasplib.isofts.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/7a7f35d8-86a4-40ae-ae23-368cc6884d3c/content>
23. Ніколаєва Т. М. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. № 9. С. 96–101.
24. Полтавець Т. Мова та соціальні мережі: механізми взаємопроникнення. *Бібліотека. Наука. комунікація: актуальні тенденції у цифрову епоху* : тези доп. міжнар. наук. конф, м.Київ, 2019. Київ, 2019. URL: https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http%3A%2F%2Fconference.nbu.gov.ua%2Fup%2Freport_1563964146.doc&wdOrigin=BROWSELINK
25. Синюта О. Роль соціальних мереж у зміні мов. *International Scientific Survey Journal*. 2018. Том 1, № 3. С. 1–13. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/E_LIB/PDF/er-0003402.pdf

26. Сніговська О., Малахиті А. Етнічні стереотипи греків у сучасному мовному просторі (на прикладі словника новогрецької мови Г.Бабіньотиса). *Національна ідентичність в мові і культурі* : збір. наук. прац. Київ, 2021. С. 298–304. URL: <https://er.kai.edu.ua/server/api/core/bitstreams/76f92559-e7e8-4919-b2f8-a4006750a0a4/content>
27. Стойка О. Я., Попович І. Є., Пітьовка В. В. Мовні зміни в англійській мові під впливом соціальних мереж та інтернет-комунікації. *Вісник науки та освіти. Серія: Філологія*. 2024. № 11. С. 636–646.
28. Чемеркін С. Мовою смайликів, або нові знаки у мові. Київ: КНУ. 3 с. URL: <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine59-23.pdf>
29. Чемеркін С. Г. Глобалізація і сучасні лінгвістичні процеси. *Мовознавство*. 2013. № 1. С. 59–65. URL: <https://nasplib.isofts.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/a931d456-9cb0-4d84-b958-a73b8284d8ee/content>
30. Androutsopoulos J. «Greeklish»: Transliteration Practice and Discourse in the Context of Computer-Mediated Digraphia. *Standard Languages and Language Standards: Greek, Past and Present* : collection of essays. Aldershot, 2009. P. 221–249. URL: <https://jannisandroutsopoulos.net/wp-content/uploads/2009/09/18andro.pdf>
31. Androutsopoulos J. Code-switching in computer-mediated communication. *Pragmatics of computer-mediated communication*. Berlin, 2013. P. 667–694. URL: https://jannisandroutsopoulos.net/wp-content/uploads/2009/12/code-switching-in-computer-mediated-communication_v3_12-2011.pdf
32. Androutsopoulos J. Discourse constructions of youth identities. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2003. 310 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/300459757_Discourse_constructions_of_youth_identities
33. Androutsopoulos J. Language change and digital media: a review of conceptions and evidence. *Language Standardisation in Europe*. Oslo, 2011. 15 p.

URL: <https://jannisandroutsopoulos.net/wp-content/uploads/2011/11/language-change-and-digital-media-preprint.pdf>

34. Androutsopoulos J. Non-native English and sub-cultural identities in media discourse. *Den fleirspråklege utfordringa*. Oslo, 2004. P. 83–98. URL: https://www.researchgate.net/publication/228694359_Non-native_English_and_sub-cultural_identities_in_media_discourse

35. Androutsopoulos J., Spilioti T. Scripts in interaction: fixity and fluidity in Greek trans-scripting practices. *Sociolinguistica - International Yearbook of European Sociolinguistics*. 2025. Vol. 39. P. 327–354. URL: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/soci-2025-0030/html#articleAbstractView>

36. Aranha S. Investigating Computer-Mediated Communication: Corpus-based Approaches to Language in the Digital World. Ljubljana : Ljubljana University Press, 2017. 221 p.

37. Baron N. Always On: Language in an Online and Mobile World. Oxford : Oxford University Press, 2008. 320 p.

39. Begum Sh., Bhatti Z.I., Javed T. Morphological Processes Of English Neologisms In Instagram And Facebook. *Migration Letters*. 2024. Vol. 21, No 12. P. 63–76. URL: <https://migrationletters.com/index.php/ml/article/view/11047>

39. Chyrvonyi O. S. The Evolution of Social Media Language: A Sociolinguistic Analysis of Recent Neologisms. *Transcarpathian Philological Studies*. 2024. №35. P. 127–132. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b56f18a8-b5ca-4f6b-9029-f6b95226f70b/content>

40. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge, 2001. 272 p. URL: <https://catdir.loc.gov/catdir/samples/cam031/2001025792.pdf>

41. Gavrilidou M., Koutsombogera M., Patrikakos A., Piperidis St. The Greek Language in the Digital Age. New York : Springer, 2012. 79 p. URL: <https://european-language-equality.eu/wp-content/uploads/2024/12/greek.pdf>

42. Herring S. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse. *Language@Internet*. 2007. № 4. C. 1–27. URL: <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/li/article/view/37562>
43. Herring, S. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2007. 337 p.
44. Jaffe A., Androutsopoulos J., Sebba M., Johnson S. Orthography as Social Action: Scripts, Spelling, Identity and Power. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 2012. 365 p.
45. Karakos A., Papaioannou J., Georgiadou A. Learning the Greek Language via Greeklish. *Interaction Design and Architecture(s) Journal*. 2012. No 15. P. 31–39. URL: https://ixdea.org/wp-content/uploads/IxDEA_art/15/15_3.pdf
46. Kehris E., Karavasili G., Vrana V., Kydros D. The Effect of Latinization on Reading Time and Understanding: Greeklish in Communication and Social Media. *Social Networking*. 2023. No 12. P. 67–91. URL: <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=126317>
47. Kovalchuk Y. Evolution of slang in the modern English language. *Вісник науки та освіти*. 2025. № 2. P. 35–43.
48. Krippendor Kl. Content analysis: an introduction to its methodology. 2nd ed. Thousand Oaks : Sage Publications, Inc., 2004. 412 p. URL: https://www.daneshnamehicsa.ir/userfiles/files/1/9-%20Content%20Analysis_%20An%20Introduction%20to%20Its%20Methodology.pdf
49. Litosseliti L. Research Methods in Linguistics. New York : Continuum, 2010. 240 p.
50. McCulloch G. Because Internet: Understanding The New Rules Of Language. New York : Riverhead Books, 2019. 336 p.
51. Mitsikopoulou M., Koutsogiannis D. Greeklish and Greekness: Trends and Discourses of “Glocalness”. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2017. Vol. 9. 31 p. URL:

<https://academic.oup.com/jcmc/article/9/1/JCMC918/4614491#authorNotesSectionTitle>

52. Morales A.H. The impact of the Internet and the digital age on English vocabulary. *Review of Applied Management and Social Sciences*. 2024. Vol. 7, No 4. P. 69–75.

53. Mouresioti Ev., Terkourafi M. Καλημέρα, kalimera or kalhmera? A mixed methods study for Greek native speaker's attitudes to using the Greek and Roman scripts in emails and SMS. *Journal of Greek Linguistics* 21. 2021. P. 224–262.

54. Orolic P. English neologisms in social media: a linguistic analysis : master's thesis. Osijek, 2023. 55 p. URL: <https://repozitorij.ffos.hr/object/ffos:6404>

55. Oxford English Dictionary : online dictionary. URL: <https://www.oed.com/?tl=true>

56. Papadopoulou Our. Evaluating Anglicisation in Modern Greek: a qualitative and quantitative survey : doctoral dissertation. Patras, 2020. 192 p. URL: https://theses.hal.science/tel-03124144v1/file/these_internet_papadopoulou_o.pdf

57. Papadopoulou R., Xydopoulos G. English borrowings in Modern Greek: a corpus-based study. *14th International Conference on Greek Linguistics* : proceedings of the ICGL14, c. Patra, 5-8 Sep. 2019. Patra, 2019. P. 1002–1012. URL: <https://pasithee.library.upatras.gr/icgl/article/view/3837/3861>

58. Setka I., Plauc J. Today's Usage of Neologisms in Social Media Communication. *Društvene i Humanističke Studije*. 2021. № 1. P. 267–277. URL: https://www.researchgate.net/publication/349108997_Today's_Usage_of_Neologisms_in_Social_Media_Communication

59. Shahlee S., Ahmad S. Morphological Processes of Neologisms in Social Media Among the Public Figures. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*. 2020. Vol. 9, No 3. P. 2526–2531. URL: https://www.researchgate.net/publication/364050625_Morphological_Processes_of_Neologisms_in_Social_Media_Among_the_Public_Figures

60. Sklika Elp. The influence of English as a global language on Modern Greek through articles' headlines in the Greek online press. *Studies in Greek Linguistics* 39.

2019. P. 1159–1174. URL:
https://www.academia.edu/42746942/The_influence_of_%CE%95nglish_as_a_global_language_on_Modern_Greek_through_articles_headlines_in_the_Greek_online_press

61. Spilioti T. From transliteration to trans-scripting: Creativity and multilingual writing on the internet. *Discourse, Context & Media*. 2019. Vol. 29. 11 p. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695818303180>

62. Spilioti T. Greek-Alphabet English: vernacular transliterations of English in social media. *Opening New Lines of Communication in Applied Linguistics* : proceedings of the 46th Annual Meeting of the British Association for Applied Linguistics, c. Edinburgh, 5-7 Sep. 2013. London, 2014. P. 435–445. URL: <https://orca.cardiff.ac.uk/id/eprint/64662/1/SPILIOTI%20greek%20alphabet%20english%20vernacular%20transliterations%20of%20english%20in%20social%20media.pdf>

63. Spilioti T. The weirding of English, trans-scripting, and humour in digital communication. *WORLD ENGLISHES AND DIGITAL MEDIA*. 2020. Vol. 39. P. 106–118. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/weng.12450>

64. Tagg C. Exploring Digital Communication: Language in Action. New York : Routledge, 2015. 246 p. URL: <https://ru.scribd.com/document/917570816/Ebook-Exploring-Digital-Communication-Language-in-action-by-Caroline-Tagg-ISBN-9780415524919-9780415524933-9781315727165-0415524911-0415524938>

65. Thurlow C., Mroczek, K. Digital discourse : language in the new media. London : Oxford University Press, 2011. 408 p.

66. Toumazatos An., Pavlopoulos J., Androutsopoulos I., Vassos St. Still all Greeklish to me: Greeklish to Greek Transliteration. *Proceedings of the 2024 Joint International Conference on Computational Linguistics, Language Resources and Evaluation*. Torino, 2024. P. 15309–15319. URL: <https://aclanthology.org/2024.lrec-main.1330/>

67. Zapletalova M. Impact of Social Network Sites on the English Language : bachelor's thesis. Olomouc, 2022. 41 p. URL:

https://www.researchgate.net/publication/358003806_Impact_of_Social_Network_Sites_on_the_English_Language

68. Zappavigna M. Discourse of Twitter and Social Media: How We Use Language to Create Affiliation on the Web. London : Continuum, 2012. 208 p. URL: https://www.academia.edu/18311721/Discourse_of_Twitter_and_Social_Media_How_we_use_language_to_create_affiliation_on_the_web

69. Αμανατίδης Κ. Αλλοιώνεται η ελληνική γλώσσα. *Νέος Κόσμος*. 2017. 6 Ιούλ. URL: <https://neoskopos.com/el/2017/07/06/dialogue/epikera-epimaxa/%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%B9%CF%8E%CE%BD%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B3%CE%BB%CF%8E%CF%83%CF%83%CE%B1/>

70. Αμανατίδης Κ. Απαράδεκτη η συχνή χρήση αγγλικών λέξεων και φράσεων από τα μέσα ενημέρωσης της Ελλάδας. *Νέος Κόσμος*. 2020. 7 Ιαν. URL: <https://neoskopos.com/el/2020/01/07/dialogue/opinion/aparadekti-i-sychni-chrisi-anglikon-lekseon-kai-fraseon-apo-ta-mesa-enimerosis-tis-elladas/>

71. Γιαννακόπουλος Ηλ. Η «Γλώσσα» των νέων. *Agrinio Stories*. 2025. 10 Φεβρ. URL: <https://agriniostories.gr/category/protoselido/agrinio-stories/editorial/>

72. Δέτσης Ν. Ο υποκορισμός και η μεγέθυνση στη νεοελληνική. *Γλώσσα*. 1985. Τ. 9. Σ. 9–31.

73. Δημά Δ. Από τα greeklish στα engreek και στο «τσάι»: Η νέα γλώσσα των social media. *Το Βήμα*. 2020. 4 Ιούλ. URL: <https://www.tovima.gr/2024/07/04/life/apo-ta-greeklish-sta-engreek-kai-sto-tsai-i-nea-glossa-ton-social-media/>

74. Λις Κρ.-Τζ. Γλωσσικές πρακτικές των νέων σε τόπους κοινωνικής δικτύωσης: η περίπτωση του facebook : διδακτορική διατριβή : 41809. Θεσσαλονίκη, 2017. 374 σελ. URL: <https://freader.ekt.gr/eadd/index.php?doc=41809&lang=el#p=389>

75. Μαθιουδάκη Ν. Η γλώσσα των νεολογίων στην τεχνολογική εποχή: γραφή γκρίκλις και ξενικές λέξεις. *Θεολογία*. 2019. Τ. 90, Τευ. 3. Σ. 217–235. URL:

https://www.researchgate.net/publication/348936536_E_glossa_ton_neolaion_sten_te_chnologike_epoche_graphe_nkrikliis_kai_xenikes_lexeis

76. Μπαμπινιώτης Γ. Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας. Αθήνα, 2019. 2316 σ.

77. Παπαϊωάννου Γ. Είναι τα emoji μια νέα παγκόσμια γλώσσα; ?. *LiFO*. 2017. 30 Σεπτ. URL: <https://www.lifo.gr/now/tech-science/einai-ta-emoji-mia-nea-pagkosmia-glossa>

78. Παππά Δ. Χρήση και Λειτουργία των Emoticons στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Συναισθηματική και νοηματική ανάλυση αυτών : η διπλωματική εργασία. Βόλος, 2018. 80 σελ. URL: <https://ir.lib.uth.gr/xmlui/bitstream/handle/11615/49236/17989.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

79. Ρόουζ Άντ. Τα 10 πιο διάσημα chatσυντομογραφίες και η σημασία τους. *Letem svetem Applem*. 2024. 13 Ιαν. URL: <https://www.letemsvetemapplem.eu/el/2024/01/13/10-nejznamejsich-anglickych-textovych-zkratek-a-jejich-vyznam/>

80. Ρουσόπουλος Β. «Γλωσσική Αγγλοκρατία»: Μύθος ή υπαρκτός κίνδυνος;. *Athens Voice*. 2020. 8 Δεκ. URL: <https://www.athensvoice.gr/epikairoτητα/politiki-oikonomia/693641/glossiki-agglokratia-mythos-i-yparktos-kindynos/>

81. Χατζηζήση Κ. Η Slang των Νέων: Καινούργιες Λέξεις για Παλιές Σκέψεις. *ΑΘΗΝΕΑ*. 2024. 13 Νοέμβρ. URL: <https://a8inea.com/i-slang-ton-neon-kenourgies-lexis-gia-palies-skepsis/>

82. Χριστοπούλου Κ., Ξυδόπουλος Γ., Παπαδοπούλου Ρ. Οι αγγλισμοί στη ΝΕ: Η περίπτωση του περιθωριακού λεξιλογίου. *Μελέτες για την Ελληνική Γλώσσα : Στα πρακτικά της 37ης ετήσιας συνάντησης του Τομέα γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Α.Π.Θ. Θεσσαλονίκη*, 2017. Σ. 773–783. URL: https://www.researchgate.net/publication/388721596_Oi_anglismoι_ste_NE_E_perip_tose_tou_perithoriakou_lexilogiou

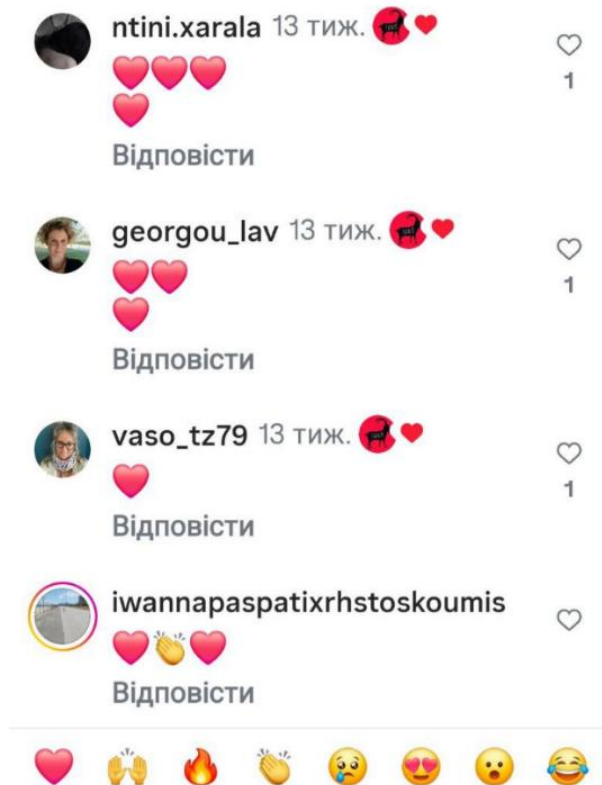
СПИСОК СКОРОЧЕНЬ НАЗВ ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. SlangZone.net : словник українського сленгу. URL: <https://www.slangzone.net/search>
2. Oxford English Dictionary : online dictionary. URL: <https://www.oed.com/?tl=true>
3. SLANG.gr : το διαδικτυακό λεξικό αργκό. URL: <https://www.slang.gr/>

ДОДАТКИ

Додаток 1.

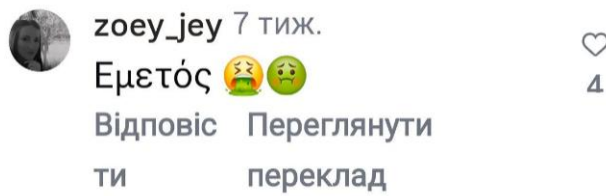
Коментарі з платформи Instagram



Малюнок 3.1. Коментарі з використанням емодзі та панель швидкого набору в Instagram

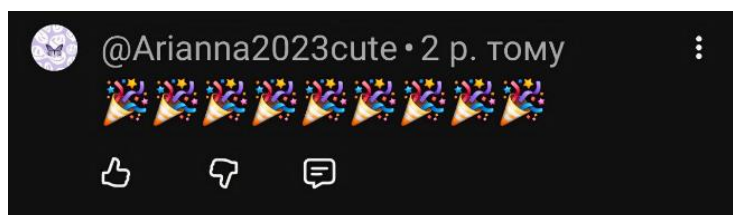
❤️ 10,6 тис. 💬 7 🔄 📌 2 📌
🌍 Уподобали soy.antonіa та інші
katerіnaop Το είδαμεεεε 🌌 Εσείς
είδατε το vlog που ανέβηκε στο
YouTube; Σας δείχνω όλο μας το
ταξίδι μας στον Арктиκό Κύκλο 🌍
менше
17 березня • Переглянути переклад

Малюнок 3.4. Підпис до допису в Instagram. (пер. з грец.: Ми його побачили (полярне сяйво). Ви бачили новий влог, який вийшов на YouTube? Там про всю нашу подорож до Полярного кола).

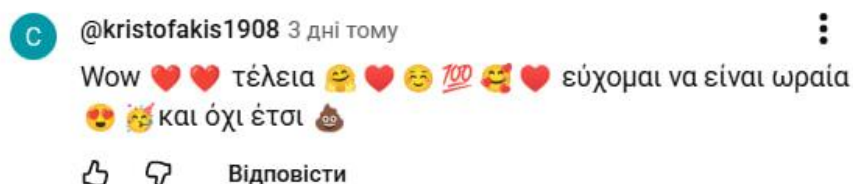


Малюнок 3.7. Коментар в Instagram. (пер. з грец.: «блювота»).

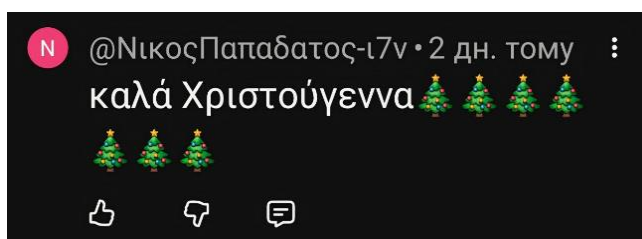
Коментарі з платформи YouTube



Малюнок 3.3. Коментар з використанням емодзі в YouTube.

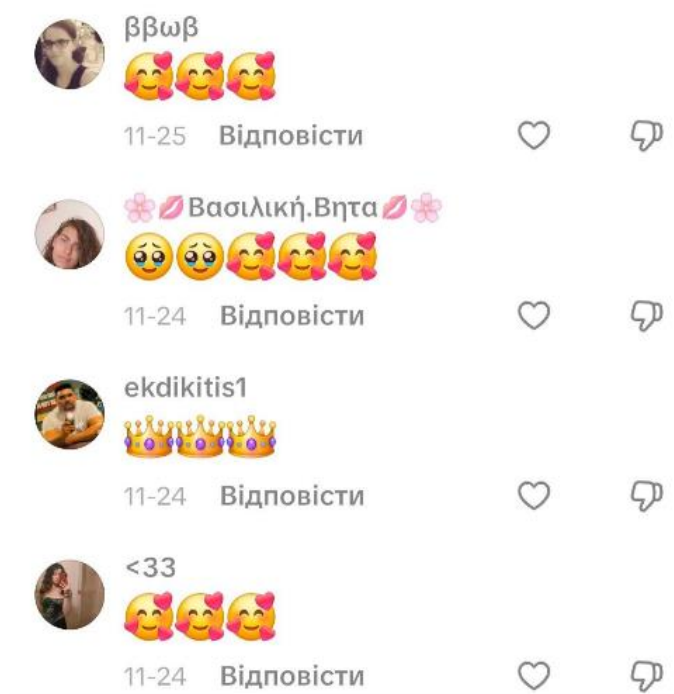


Малюнок 3.6. Коментар у YouTube. (пер. з грец.: Вау, чудово, бажаю, щоб все було добре, а не ось так (все погано)).



Малюнок 3.8. Коментар в YouTube. (пер. з грец.: «Щасливого Різдва»).

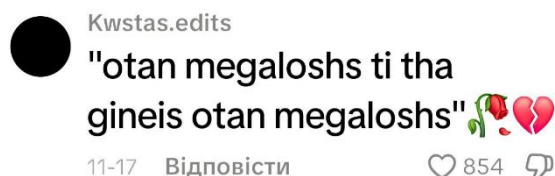
Коментарі з платформи TikTok



Малюнок 3.2. Коментарі з використанням емодзі в TikTok.



Малюнок 3.5. Коментар у TikTok. (пер. з Greeklish: Спочатку я подумала, що колготки – це волосся, і я така (шок)).



Малюнок 3.9. Коментар в TikTok. (пер. з Greeklish: «Коли ти виростеш, ким ти станеш коли виростеш (розчулення)»).