

Ювковецька Ю. О.

<https://orcid.org/0000-0001-9212-6943>

Державний торговельно-економічний університет

ФРАЗЕОЛОГІЧНА НЕОЛОГІЯ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ЦИФРОВОМУ ДИСКУРСІ БЛОГІВ ТА ПОДКАСТІВ

У статті здійснено аналіз фразеологічної неології як важливого явища сучасного цифрового дискурсу, зосередженого на сфері подкастингу. Актуальність дослідження визначається стрімким розвитком нових медійних форматів, які формують специфічні мовні практики та продукують нові стійкі вирази. Подкасти, як інтерактивний і водночас персоналізований жанр, стають середовищем, де мова реагує на технологічні та соціокультурні зміни, створюючи нові мовні одиниці, що відображають реалії інформаційного суспільства.

Метою дослідження є виявлення функцій фразеологічних неологізмів у подкастинговому дискурсі та визначення їхнього впливу на комунікативні процеси. Завдання полягають у систематизації основних функцій, аналізі їхнього прояву в мовленні та окресленні ролі неологізмів у формуванні нових культурних смислів. Методологічною основою роботи є комплексний підхід, що поєднує лінгвістичний аналіз, дискурсологічні спостереження та культурологічну інтерпретацію.

У статті виділено чотири ключові функції фразеологічних неологізмів: експресивну, інноваційну, ідентифікаційну та маніпулятивну. Експресивна функція забезпечує емоційне забарвлення мовлення; інноваційна – адаптацію мови до нових явищ цифрової культури; ідентифікаційна – формування спільнот та культурної ідентичності; маніпулятивна – вплив на увагу та поведінку аудиторії.

Зроблено висновок, що фразеологічна неологія у подкастах є не лише мовним феноменом, але й соціокультурним маркером сучасності. Вона відображає процеси глобалізації, трансформації комунікаційних стратегій та зміни культурних практик. Аналіз цього явища дозволяє простежити, як мова стає інструментом осмислення нових реалій та водночас чинником формування колективної ідентичності у цифрову епоху.

Ключові слова: фразеологічна неологія; цифровий дискурс; англійська мова; подкасти; блоги; фразеологізми; неологізми; медіакомунікація; цифрова лінгвістика; комунікативні функції.

Постановка проблеми. У сучасному світі цифрова комунікація стала невід'ємною частиною повсякденного життя. Блоги та подкасти, як нові форми масової комунікації, активно впливають на розвиток англійської мови, зокрема на її фразеологічний склад. У цих жанрах виникають нові словосполучення, метафоричні вирази та сталі конструкції, які поступово входять у мовну практику. Актуальність дослідження полягає у необхідності вивчення процесів творення та функціонування фразеологічних неологізмів у цифровому дискурсі. Адже саме вони відображають культурні, соціальні та технологічні зміни сучасності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження у сфері фразеологічної неології в цифровому дискурсі підтверджують, що цей

феномен є ключовим маркером мовних змін сучасності [6]. Інтернет-комунікація та нові медійні формати, зокрема подкасти, виступають головними каталізаторами появи стійких виразів [8]. Неологізми виникають як відповідь на соціальні й технологічні трансформації, проходячи етапи соціалізації – від використання у вузьких спільнотах до закріплення у широкому мовному обігу. Корпусні дослідження показують, що соціальні медіа та подкасти продукують значну кількість нових лексичних одиниць, які поступово стандартизуються й входять до словникового складу [6; 8]. Порівняльні роботи доводять універсальність процесів мовної інновації: незалежно від мови, механізми утворення та закріплення неологізмів мають схожі закономірності. Таким чином,

фразеологічна неологія у подкастах постає не лише мовним явищем, а й соціокультурним маркером глобалізації та трансформації комунікативних практик.

У ширшому контексті ці процеси пояснює цифрова лінгвістика – сучасний напрям мовознавства, що досліджує функціонування мови в умовах цифрового середовища [8, с. 11]. Вона виникла на перетині класичної лінгвістики, комп'ютерних наук та інтернет-комунікації й охоплює широкий спектр явищ: від аналізу текстів у соціальних мережах до дослідження мовних моделей штучного інтелекту. Її ключові риси включають: мову інтернету з її розмовністю та експресивністю; неологію, що швидко продукує нові слова й вирази; мультимодальність, яка поєднує текст, аудіо, відео та візуальні символи; алгоритмізацію, що дозволяє аналізувати великі масиви мовних даних; а також соціолінгвістичний аспект, який формує нові мовні ідентичності та спільноти.

Постановка завдання. Метою статті є дослідити особливості формування та функціонування фразеологічних неологізмів у мові англomовних блогів та подкастів. Завдання дослідження: визначити поняття «фразеологічна неологія»; класифікувати нові фразеологізми; проаналізувати приклади з англomовних блогів та подкастів; окреслити їхні функції у сучасній комунікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Значення цифрової лінгвістики полягає в тому, що вона допомагає зрозуміти, як мова адаптується до нових технологій, як відбувається динаміка мовних змін, і як глобалізація створює єдиний мовний простір, де англійська, українська та інші мови взаємодіють у спільних цифрових середовищах. Приклади досліджень у цій сфері включають аналіз нових фразеологізмів у YouTube та Spotify-подкастах, що демонструють: цифрова лінгвістика не лише описує мовні явища, а й пояснює їхній соціальний та культурний контекст.

Для глибшого розуміння цих процесів варто звернутися до класичних понять мовознавства. Фразеологія традиційно розглядається як система стійких словосполучень, що мають цілісне значення та виконують важливу комунікативну функцію [2, с. 15]. Неологія, у свою чергу, є процесом творення нових мовних одиниць, які відображають зміни у суспільстві, культурі та технологіях. На перетині цих двох явищ виникає фразеологічна неологія – нові сталі вирази, що формуються відповідно до актуальних комунікативних потреб [4, с. 113]. Фразеологічна неологія демонструє, як традиційні мовні конструкції адаптуються до

нових реалій. Наприклад, класичні метафоричні моделі («*to break the ice*», «*to hit the road*») у цифровому дискурсі отримують нові варіанти («*to break the algorithm*», «*to hit unsubscribe*»). Це свідчить про прагнення мовців до експресивності, адже нові вирази не лише передають інформацію, але й створюють емоційний ефект. Крім того, фразеологічні неологізми є проявом креативності: користувачі блогів та подкастів активно комбінують старі слова у нових значеннях, створюють метафори, що відображають цифрову реальність [5, с. 101]. Такі вирази, як *content creator burnout* чи *clickbait culture*, не лише описують явища, але й формують нові культурні концепти. Важливою функцією фразеологічної неології є ідентифікація у спільнотах. Використання специфічних виразів дозволяє учасникам онлайн-групи позначати свою належність до певної культури чи субкультури. Наприклад, мовні конструкції, що виникають у геймерських подкастах або блогах про технології, стають маркерами групової ідентичності.

Хоча у сучасній лінгвістиці підкреслюється роль інтернет-комунікації у формуванні нових мовних явищ. Проте саме фразеологічна неологія у блогах та подкастах ще недостатньо досліджена, що й визначає новизну цієї статті. Дискурс подкастів і блогів є однією з найдинамічніших форм сучасної цифрової комунікації. Він поєднує риси усної та письмової мови, створюючи новий тип мовного середовища, що активно впливає на розвиток англійської та інших мов. У подкастах домінує усна форма комунікації, яка характеризується спонтанністю, діалогічністю та високим рівнем експресивності. Подкасти часто відображають живу розмову, що дозволяє мовцям створювати нові метафори, фразеологізми та неологізми. Вони стають майданчиком для формування мовних інновацій, які швидко поширюються серед слухачів. Блоги, навпаки, тяжіють до письмової форми, але водночас зберігають розмовний стиль. Автори блогів активно використовують креативні вирази, меми, метафоричні конструкції, що робить їхній дискурс гнучким і відкритим до нових мовних явищ. Блоги часто стають джерелом фразеологічної неології, адже саме тут виникають сталі словосполучення, які згодом переходять у ширший мовний ужиток. Спільною рисою дискурсу блогів і подкастів є інтерактивність: аудиторія не лише споживає контент, а й активно бере участь у його створенні через коментарі, відгуки та соціальні мережі. Це сприяє формуванню нових мовних практик, які відображають потребу у швидкому, емоційному та креативному спілкуванні.

Таким чином, дискурс подкастів і блогів є важливим джерелом мовних інновацій, зокрема фразеологічної неології. Він поєднує традиційні мовні конструкції з новими комунікативними потребами, створюючи простір для експресивності, креативності та ідентифікації у цифрових спільнотах.

Приклади з англomовних блогів і подкастів демонструють цю тенденцію формування нових стійких словосполучень та виразів на стику традиційних мовних конструкцій та нових комунікативних потреб, які диктує цифрова культура. Таким чином, фразеологічна неологія є не лише мовним явищем, а й культурним індикатором [3, с. 46]. Вона показує, як англійська мова адаптується до цифрового середовища, як швидко реагує на технологічні та соціальні зміни, і як нові вирази стають частиною глобальної комунікації.

Класифікація фразеологічних неологізмів у цифровому дискурсі дозволяє систематизувати їх за джерелом походження та структурними особливостями. За походженням виділяють технологічні (пов'язані з платформами та алгоритмами, напр. *to break the algorithm*), культурні (зумовлені мемами та трендами, напр. *cancel culture*), та соціальні (що описують нові моделі поведінки, напр. *digital detox*). За структурою можна розрізнити метафоричні утворення (*information overload*), кальки (*fake news*, *greenwashing*) та комбінації старих слів у нових значеннях (*streaming wars*, *cloud community*) [9, с. 55].

Фразеологічна неологія виконує кілька важливих функцій у цифровому дискурсі: вона має експресивну роль, створюючи емоційний ефект; інноваційну, відображаючи нові явища та реалії; ідентифікаційну, позначаючи належність до певних спільнот; а також маніпулятивну, коли нові вирази використовуються у рекламі чи маркетингу [7, с. 29].

Експресивна функція є однією з ключових у формуванні та використанні фразеологічних неологізмів у цифровому дискурсі. Вона полягає у здатності нових виразів передавати емоційний стан мовця, його оцінку явищ та створювати образність у комунікації. Саме завдяки цьому нові конструкції швидко поширюються серед користувачів блогів і подкастів, роблячи мовлення живим, динамічним і впливовим.

Фразеологічні неологізми у цифровому середовищі часто мають яскраве емоційне забарвлення – вони можуть бути іронічними, саркастичними, гіперболізованими чи метафоричними. Наприклад, вираз *clickbait culture* не лише описує

явище, а й передає негативне ставлення до нього, підкреслюючи маніпулятивність сучасних медіа. Подібні конструкції виконують роль «емоційних маркерів», які допомагають аудиторії швидко зрозуміти позицію автора. Експресивність проявляється також у створенні нових метафор, що відображають специфіку цифрової культури: *Podfade* – метафоричний вираз, що описує поступове «згасання» подкасту, коли автори втрачають мотивацію або регулярність випусків. Він створює образ в'янення чи зникання, викликаючи асоціації з природним процесом згасання. *Listener tribe* – позначає спільноту слухачів, які відчують себе частиною «племіні». Це неологізм із сильним ідентифікаційним потенціалом, адже формує відчуття належності та колективної підтримки. *Earworm episode* – характеризує випуск подкасту, який «застрягає» у пам'яті, подібно до нав'язливої мелодії. Такий вираз підкреслює експресивність і здатність контенту викликати емоційний резонанс. *Info snack* – метафора короткого, легко засвоюваного інформаційного блоку. Вона відображає культуру швидкого споживання контенту й створює образ «перекусу» знаннями.

Таким чином, експресивна функція виконує кілька важливих завдань: вона робить мовлення більш емоційно насиченим, допомагає автору виразити власну позицію щодо явища, створює образність і метафоричність, що полегшує сприйняття інформації, а також сприяє залученню аудиторії, адже емоційні вирази викликають реакцію та дискусію.

Узагальнюючи, експресивна функція є ключовою у процесі закріплення фразеологічних неологізмів у цифровому дискурсі. Вона забезпечує їхню популярність, адже саме емоційність і образність роблять нові вирази привабливими для користувачів. Завдяки експресивності блогери та подкастери не лише інформують, але й впливають на емоційний стан аудиторії, формуючи нові культурні та соціальні смисли.

Інноваційна функція фразеологічних неологізмів полягає у здатності мови оперативно реагувати на нові явища цифрового середовища та створювати для них відповідні мовні позначення. Вона забезпечує появу стійких виразів, які відображають реалії сучасної культури, технологій і соціальної взаємодії, виконуючи роль своєрідних «мовних інструментів» для опису явищ, що раніше не мали спеціального позначення. Приклади: *micro-podcasting* – позначає створення надкоротких аудіоепізодів, які сприймаються як «інформаційні мікродози», має інноваційний

характер, адже відповідає культурі швидкого споживання контенту. *Echo chamber effect* – описує явище замкненого інформаційного простору, де слухачі отримують лише підтвердження власних поглядів. Крім того, має додаткову маніпулятивну функцію, адже підсилює однобічність дискурсу. *Pod economy* – метафоричний вираз, що позначає економічну екосистему навколо подкастів: реклама, спонсорство, монетизація. Несе інноваційне навантаження, тому що фіксує нову сферу культурної та економічної діяльності. *Stream fatigue* – характеризує психологічне виснаження від надмірного споживання потокового контенту. Також виконує експресивну функцію, адже передає емоційний стан аудиторії. *Authenticity gap* – описує розрив між заявленою «щирістю» творців контенту та їхньою реальною поведінкою. Має ідентифікаційне значення, адже впливає на довіру слухачів. *Algorithmic boost* – вираз, що позначає штучне підсилення популярності контенту завдяки алгоритмам платформи. Цей неологізм формує уявлення про «успіх», який не завжди є органічним. Ці вирази не лише фіксують нові реалії, але й формують культурні концепти, що стають частиною глобальної комунікації.

Важливим аспектом інноваційної функції є її здатність швидко реагувати на зміни. Цифровий дискурс надзвичайно динамічний: нові платформи, алгоритми та тренди постійно створюють потребу у нових мовних одиницях. Саме тому інноваційна функція забезпечує гнучкість мови, її здатність відображати найактуальніші явища цифрової епохи, збагачувати словниковий склад та формувати нові культурні смисли, які стають маркерами сучасності.

Ідентифікаційна функція фразеологічних неологізмів у цифровому дискурсі полягає у здатності нових виразів позначати належність мовців до певних соціальних груп, культурних середовищ чи субкультур. Вона забезпечує формування спільнот, які об'єднуються навколо спільних мовних практик, і створює своєрідні «кодові слова», зрозумілі лише тим, хто є частиною цієї комунікаційної культури. У блогах та подкастах ідентифікаційна функція проявляється особливо яскраво. Використання специфічних виразів дозволяє авторам і слухачам сигналізувати про свою належність до певної тематики чи ціннісної системи. Наприклад, *doomscrolling* позначає практику безперервного перегляду негативних новин у стрічці, що сигналізує про належність до спільнот, занепокоєних інформаційним перевантаженням. Вираз *FOMO (fear of missing out)* відображає соціальне

явище постійного страху «випасти» з інформаційного чи культурного контексту, і його використання демонструє включеність у глобальні дискусії про психологічний вплив цифрових технологій. Інший приклад – *influencer economy*, що позначає нову соціально-економічну систему, побудовану навколо діяльності блогерів та творців контенту; його вживання сигналізує про розуміння сучасних тенденцій у медіа та маркетингу. Нарешті, *filter bubble* описує ситуацію, коли алгоритми формують індивідуалізовану інформаційну реальність, і цей вираз використовується як маркер критичного ставлення до цифрової культури та її впливу на суспільство.

Ідентифікаційна функція також проявляється у створенні внутрішніх мовних маркерів у вузьких спільнотах. Наприклад, у геймерських блогах та подкастах виникають власні фразеологізми, які зрозумілі лише учасникам цієї культури. Подібні вирази виконують роль «паролів», що відрізняють «своїх» від «чужих». Це сприяє згуртуванню групи та формуванню відчуття спільності. Важливою особливістю ідентифікаційної функції є її здатність створювати нові культурні концепти. Фразеологічні неологізми не лише позначають явища, але й стають символами певних цінностей. Наприклад, *to go viral* у середовищі блогерів і творців контенту означає не просто популярність, а й досягнення успіху, що визнається спільнотою. Таким чином, нові вирази стають маркерами статусу та соціальної значущості.

Отже, ідентифікаційна функція фразеологічної неології у цифровому дискурсі виконує роль соціального інструмента. Вона допомагає мовцям позначати свою належність до певних груп, формувати культурну ідентичність та створювати відчуття спільності. Саме завдяки цій функції нові вирази швидко закріплюються у мові, адже вони не лише описують явища, а й стають символами соціальної приналежності та культурної участі.

Маніпулятивна функція фразеологічних неологізмів у цифровому дискурсі полягає у здатності нових виразів впливати на свідомість та поведінку аудиторії. Вона реалізується через мовні конструкції, які не лише інформують, але й формують ставлення, стимулюють дію або підштовхують до прийняття рішень. У блогах, подкастах та соціальних мережах ця функція проявляється особливо яскраво, адже нові вирази стають інструментами маркетингу, реклами та культурного впливу.

Фразеологічні неологізми часто мають приховане переконувальне навантаження, створюючи образи, що легко запам'ятовуються та виклика-

ють емоційні реакції. Наприклад, вираз *go viral* не лише описує популярність контенту, а й формує уявлення про його цінність та значущість, підштовхуючи користувачів до поширення. Подібні конструкції працюють як «тригери», що стимулюють активність аудиторії. Приклади маніпулятивних неологізмів демонструють різні аспекти цієї функції. *Engagement bait* – вираз, що позначає спеціально сконструйовані повідомлення для стимулювання лайків, коментарів чи поширень. Він маніпулює увагою аудиторії, змушуючи її взаємодіяти навіть із поверхневим контентом. *Fear marketing* – метафора рекламних стратегій, які апелюють до страху чи тривоги, щоб підштовхнути користувачів до певних дій. Має сильне емоційне навантаження й впливає на поведінку споживачів. *Hype cycle* – вираз, що описує штучне створення «хвилі очікувань» навколо продукту чи контенту. Він формує відчуття участі у великому культурному процесі, навіть якщо реальна цінність є обмеженою. *Shadow banning* – позначає приховане обмеження видимості контенту без повідомлення користувача. Це маніпулятивний інструмент платформ, який впливає на комунікативну поведінку та відчуття справедливості. *Attention economy* – концепт, що описує конкуренцію за людську увагу як ресурс. Використання цього виразу підкреслює маніпулятивний характер цифрової культури, де увага стає товаром.

Маніпулятивна функція виконує декілька завдань: вона формує емоційний вплив на аудиторію, стимулює її активність (лайки, поширення, коментарі), створює відчуття причетності до важливих культурних чи соціальних процесів, а також використовується як маркетинговий інструмент для просування контенту та брендів. Отже, маніпулятивна функція фразеологічних неологізмів у цифровому дискурсі є потужним механізмом впливу на аудиторію. Вона дозволяє авторам і медіа не лише інформувати, але й керувати увагою, емоціями та діями користувачів. Саме

завдяки цій функції нові вирази стають не просто мовними одиницями, а інструментами соціального та культурного контролю.

Висновки. Фразеологічна неологія у цифровому дискурсі, зокрема в подкастах, є важливим індикатором мовних і культурних змін сучасності. Вона демонструє, як мова адаптується до нових технологічних реалій, соціальних практик та культурних тенденцій. Подкасти, як інтерактивний і персоналізований формат, створюють сприятливе середовище для появи нових виразів, які швидко входять у мовний обіг і стають маркерами глобальної комунікації. Таким чином, фразеологічні неологізми у подкастах варто розглядати не лише як мовні новації, але й як соціокультурні маркери, що відображають процеси глобалізації, трансформацію комунікативних стратегій та нові культурні практики. Їхнє дослідження дозволяє простежити, як мова стає інструментом осмислення сучасних реалій і водночас чинником формування колективної ідентичності у цифрову епоху.

Перспективи дослідження фразеологічних неологізмів у цифровому дискурсі полягають у розширенні емпіричної бази та поглибленні міждисциплінарного аналізу: створення спеціалізованих корпусів подкастингового мовлення дозволить простежити динаміку появи й закріплення нових виразів; міжмовні зіставлення допоможуть виявити універсальні та культурно специфічні механізми їхнього утворення; функціональний аналіз дасть змогу зрозуміти, як ці одиниці впливають на комунікативні стратегії та соціальні практики; соціокультурний вимір дослідження відкриє можливості для вивчення ролі неологізмів у формуванні ідентичності та спільнот слухачів; а застосування результатів сприятиме оновленню методик викладання лінгвістики, перекладознавства й медіакомунікації. Усе це дозволить не лише глибше осмислити процеси мовної інновації, але й використати їх для розвитку сучасної гуманітаристики та адаптації освіти до викликів цифрової епохи.

Список літератури:

1. Білоноженко В. М., Гнатюк І. С., Дядчук В. В. Словник фразеологізмів української мови. Київ: Наукова думка. 2008.
2. Глуховцева І. Я. Динаміка української фразеології кінця XX – початку XXI століття: тенденції розвитку (Автореф. дис.). Харківський національний університет. 2012.
3. Князь Т. М. Методологічні засади дослідження фразеологізмів української мови в медійному дискурсі. *Studia Linguistica*, 2020. (14), 45–53.
4. Яцьків М. Ю. Здобутки сучасної української фразеології у контексті новітніх парадигм лінгвістичних досліджень. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Філологія, 2019. (2), 112–118.
5. Altenberg B. On the phraseology of spoken English: The evidence of recurrent word-combinations. In A. P. Cowie (Ed.), *Phraseology: Theory, analysis, and applications* Oxford: Oxford University Press. 1998. 101–122.

6. Bykova T. V. Neologisms in Internet discourse: Dynamics of linguistic innovation in digital communication. *Journal of Language and Digital Media*, 2024. 12(3), 55–68.
7. Cowie A. P. (Ed.). *Phraseology: Theory, analysis, and applications*. Oxford: Oxford University Press. 1998.
8. Talbot M. *Media discourse: Representation and interaction*. Edinburgh: Edinburgh University Press. 2007.
9. Teliya V. Phraseology as a language of culture: Its role in the representation of a collective mentality. In A. P. Cowie (Ed.), *Phraseology: Theory, analysis, and applications*. Oxford: Oxford University Press. 1998. 55–75.

Yuvkovetska Yu. O. PHRASEOLOGICAL NEOLOGY IN THE ENGLISH-LANGUAGE DIGITAL DISCOURSE OF BLOGS AND PODCASTS

The article analyzes phraseological neology as a significant phenomenon of modern digital discourse, with a particular focus on podcasting. The relevance of the study is determined by the rapid development of new media formats that shape specific linguistic practices and generate new stable expressions. Podcasts, as an interactive yet personalized genre, represent a dynamic environment where language responds to technological and socio-cultural changes, creating new linguistic units that reflect the realities of the information society.

The aim of the research is to identify the functions of phraseological neologisms in podcast discourse and to determine their impact on communicative processes. The objectives include systematizing the main functions, analyzing their manifestation in speech, and outlining the role of neologisms in shaping new cultural meanings. The methodological basis of the study is a comprehensive approach combining linguistic analysis, discourse observations, and cultural interpretation.

The article highlights four key functions of phraseological neologisms: expressive, innovative, identificational, and manipulative. The expressive function provides emotional coloring and imagery; the innovative function ensures the adaptation of language to new phenomena of digital culture; the identificational function contributes to the formation of communities and cultural identity; the manipulative function influences audience attention and behavior.

It is concluded that phraseological neology in podcasts is not only a linguistic phenomenon but also a socio-cultural marker of modernity. It reflects processes of globalization, transformation of communication strategies, and changes in cultural practices. The analysis of this phenomenon demonstrates how language becomes both a tool for comprehending new realities and a factor in shaping collective identity in the digital age.

Keywords: *phraseological neology, digital discourse, English language, podcasts, blogs, phraseological units, neologisms, media communication, digital linguistics, communicative functions.*

Дата першого надходження статті до видання: 20.07.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 17.08.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 09.10.2026