



Отримано: 5 червня 2026 р.

Прорецензовано: 12 червня 2026 р.

Прийнято до друку: 18 червня 2026 р.

Email: o_shevchenko@knu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5714-2902>DOI: [http://doi.org/10.25264/2519-2558-2026-30\(98\)-108-112](http://doi.org/10.25264/2519-2558-2026-30(98)-108-112)

Шевченко О. К. Когнітивний і дискурсивний аспекти слів року – 2025. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»* : серія «Філологія». Острого: Вид-во НаУОА, 2026. Вип. 30(98). С. 108–112.

УДК: 811

Шевченко Ольга Костянтинівна,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов природничих факультетів,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОГНІТИВНИЙ І ДИСКУРСИВНИЙ АСПЕКТИ СЛІВ РОКУ – 2025

У статті досліджується феномен «слів року» 2025 як мовних маркерів трансформацій цифрової культури в когнітивному та дискурсивному вимірах. Актуальність роботи зумовлена зростанням ролі неологізмів у відображенні соціальних, технологічних і культурних змін, що відбуваються в умовах цифровізації суспільства. Особливу увагу приділено лексемам *rage bait*, *AI companion* та *metaverse*, які були визначені словами року провідними англomовними лексикографічними інституціями та репрезентують різні аспекти сучасної цифрової взаємодії.

Метою дослідження є виявлення когнітивних і дискурсивних характеристик слів року 2025 та визначення їхньої ролі у формуванні мовної концептуалізації цифрової культури. **Об'єктом дослідження** виступають неологізми сучасної англomовної медіалексики, що отримали статус слів року. **Предметом дослідження** є когнітивно-семантичні, прагматичні та дискурсивні особливості функціонування лексем *rage bait*, *AI companion* і *metaverse* у сучасному англomовному медіадискурсі.

Методи дослідження включають дискурс-аналіз, когнітивно-семантичний аналіз, елементи корпусного аналізу та контекстуально-інтерпретаційний метод, що дозволяє простежити функціонування досліджуваних лексем у різних медійних джерелах і комунікативних ситуаціях.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з розширенням корпусного аналізу неологізмів цифрової культури, дослідженням їхньої міждискурсивної адаптації, а також порівняльним вивченням слів року в різних мовах і культурних контекстах з метою виявлення глобальних тенденцій мовної еволюції в умовах цифровізації.

Ключові слова: неологізм, слово року, цифровий дискурс, соціальна взаємодія, медіалінгвістика, «приманка для люті» (*rage bait*), «ШІ компаньон» (*AI companion*), «метавсесвіт» (*metaverse*).

Olga Shevchenko,
PhD in Philology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Foreign Languages for Natural Sciences Faculties,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

COGNITIVE AND DISCURSIVE DIMENSIONS OF THE WORDS OF THE YEAR 2025

This article explores the phenomenon of the “Words of the Year” 2025 as linguistic markers reflecting transformations in digital culture from both cognitive and discursive perspectives. The relevance of the study is determined by the growing role of neologisms in representing social, technological, and cultural changes occurring in the context of increasing digitalisation of society. Special attention is paid to the lexical units *rage bait*, *AI companion*, and *metaverse*, which were selected as Words of the Year by leading English-language lexicographic institutions and which represent different aspects of contemporary digital interaction.

The aim of the study is to identify the cognitive and discursive characteristics of the Words of the Year 2025 and to determine their role in shaping linguistic conceptualisations of digital culture. The object of the research comprises neologisms in contemporary English-language media lexicon that have acquired the status of Words of the Year. The subject of the study involves the cognitive-semantic, pragmatic, and discursive features of the lexical units *rage bait*, *AI companion*, and *metaverse* in contemporary English-language media discourse.

The research methodology includes discourse analysis, cognitive-semantic analysis, elements of corpus analysis, and contextual-interpretative methods, which allow for tracing the functioning of the selected lexical units across various media sources and communicative contexts.

Future research perspectives are associated with expanding corpus-based studies of digital culture neologisms, examining their interdiscursive adaptation, and conducting comparative analyses of Words of the Year across different languages and cultural contexts in order to identify global trends in linguistic evolution under conditions of digitalisation.

Keywords: neologism, word of the year, digital discourse, social interaction, media linguistics, *rage bait*, *AI companion*, *metaverse*.

У сучасному гуманітарному знанні мова дедалі частіше розглядається як динамічна система, що не лише відображає соціальну реальність, а й активно бере участь у її формуванні. Особливо показовими в цьому контексті є неологізми, які виникають у відповідь на нові технологічні, культурні та соціальні практики. Цифровізація комунікації, розвиток соціальних мереж, алгоритмічних платформ та систем штучного інтелекту призводять до появи нових понять, що потребують мовної номінації. У результаті формуються лексеми, які відображають не лише технічні інновації, а й зміни у способах соціальної взаємодії, емоційної комунікації та культурної самоідентифікації. У цьому зв'язку особливого значення набуває феномен «слова року» (Word of the Year), що визначається провідними лексикографічними інституціями та репрезентує домінуючі тенденції суспільного дискурсу певного періоду. **Актуальність** дослідження зумовлена необхідністю осмислення ролі таких лексем у формуванні когнітивних моделей цифрової культури та їхнього функціонування в сучасному медіадискурсі.

Щорічні добірки новозареєстрованих слів у провідних лексикографічних джерелах не лише відображають лексичну інновацію, а й слугують своєрідним соціокультурним барометром, фіксуючи зміни у мисленні, комунікативних практиках та культурних пріоритетах суспільства. Як слушно зауважує Г. Маккалох, мовні зміни стають помітними тоді, коли їх починають активно обговорювати в інтернеті – саме так нові слова отримують суспільне визнання (McCulloch, 2019). Дослідження англійських неологізмів є одним із центральних напрямів сучасної лексикології, оскільки вони відображають



швидкі соціокультурні, технологічні та глобалізаційні трансформації. Х. Шмід підкреслює, що англійська мова відзначається високою адаптивністю та здатністю до швидкої лексичної інновації, що дозволяє ефективно фіксувати нові явища, соціальні практики та технологічні зміни (Schmid, 2020).

Звернення до неологізмів в українській англістиці не є ізольованим явищем, воно співвідноситься з глобальними тенденціями вивчення динаміки мови. За спостереженнями Ю. Зацного, неологізація англійської мови сьогодні значною мірою зумовлена інтерактивним характером комунікації та широким залученням користувачів до процесу мовотворення (Зацний, 2021: 32). Цей підхід корелює з висновками західних дослідників, зокрема Г. Маккалох, яка наголошує на “демократизації лексикону”, де мова соціальних мереж дедалі активніше конкурує з інституційними формами нормування (McCulloch, 2019: 87).

О. Мельник наголошує, що аналіз неологізмів дозволяє передбачати тенденції розвитку сучасної англійської мови та виявляти закономірності інтеграції нових слів у локальні контексти, вивчення лексичних неологізмів відкриває “вікно у розвиток взаємозв’язку між мовою, культурою та технологіями” (Мельник, 2025).

Проблематика мовних інновацій і неологізмів активно досліджується в межах сучасної лінгвістики, зокрема соціолінгвістики, медіалінгвістики та когнітивної лінгвістики. Окрему увагу науковці приділяють медіадискурсу як середовищу швидкого поширення нових лексичних одиниць, а також когнітивним механізмам концептуалізації нових соціальних явищ. Водночас феномен «слів року» як інституціоналізованої форми мовної рефлексії та як індикатора змін цифрової культури потребує подальшого комплексного аналізу, особливо з урахуванням когнітивно-дискурсивного підходу.

Метою статті є виявлення когнітивних і дискурсивних особливостей слів року 2025 та визначення їхньої ролі у мовній концептуалізації сучасної цифрової культури. Для досягнення поставленої мети передбачено розв’язання таких **завдань**: проаналізувати феномен слова року як соціолінгвістичного та медіалінгвістичного явища; дослідити семантичні та прагматичні характеристики лексем *rage bait*, *AI companion* та *metaverse*; визначити їхні когнітивні фрейми та дискурсивні функції у сучасному англомовному медіапросторі; з’ясувати роль цих лексем у формуванні мовної репрезентації цифрових соціальних практик.

Виклад основного матеріалу дослідження. У 2025 році провідні лексикографічні інституції зафіксували ключові мовні маркери епохи цифрової трансформації: Oxford Languages визначили словом року лексему *rage bait*, Cambridge Dictionary – *AI companion*, а Collins Dictionary – *metaverse*. Кожен із цих неологізмів концептуалізує окремий вимір сучасної цифрової та соціальної взаємодії: *rage bait* окреслює практики цілеспрямованої емоційної провокації та маніпуляції в медіапросторі; *AI companion* репрезентує нові форми цифрового партнерства й опосередкованої соціальної підтримки; натомість *metaverse* позначає комплексний віртуальний континуум, у межах якого інтегруються технологічні, соціальні та культурні практики.

Такий вибір неологізмів засвідчує принципово важливу зміну фокусу суспільного дискурсу: від опису цифрових технологій як інструментів до осмислення їхнього впливу на емоції, соціальні зв’язки та просторове сприйняття реальності. Ці лексеми репрезентують різні виміри цифрового досвіду, але разом формують цілісну концептуальну модель сучасної цифрової культури.

Цифрове середовище створює унікальні умови для мовної інновації. Алгоритмічні платформи, соціальні мережі та системи штучного інтелекту не лише змінюють способи комунікації, а й продукують нові соціальні практики, які потребують концептуалізації. Саме таким є випадок *rage bait*, *AI companion* та *metaverse*. Ці лексеми не обмежуються описом технічних інновацій. Вони репрезентують нові моделі емоційної взаємодії, соціальної присутності та просторової організації досвіду, що виходять далеко за межі суто технологічного дискурсу.

Однією з ключових характеристик сучасної цифрової культури є трансформація емоцій із приватного переживання в значущий публічний ресурс. Алгоритмічні платформи, соціальні мережі та генеративні системи штучного інтелекту не лише фіксують емоційні реакції користувачів, а й активно їх моделюють, стимулюють і монетизують. У цьому контексті неологізми *rage bait* і *AI companion* постають як лінгвістичні маркери двох протилежних, але взаємопов’язаних стратегій емоційної взаємодії: провокації та підтримки.

Попри семантичну протилежність, обидві лексеми функціонують у межах спільної когнітивної парадигми, де емоції розглядаються як інструмент управління увагою, залученням і поведінкою користувачів. Саме тому аналіз цих лексем дозволяє виявити системні механізми емоційного регулювання цифрового дискурсу.

1. *Rage bait*: лінгвістична номінація емоційної провокації

Неологізм ***rage bait*** репрезентує практику навмисного створення контенту, спрямованого на виклик гніву, обурення або емоційної поляризації з метою підвищення залученості і максимізації охоплення. Сам факт вибору цього словосполучення свідчить про зсув фокусу суспільної уваги з технічних інновацій як таких на етичні, прагматичні та психологічні наслідки цифрової комунікації.

Rage bait походить від сучасного цифрового жаргону і поступово входить до загальної лексики англійської мови через словники та медіа. Перші зафіксовані вживання в мережі припадають на 2015–2016 роки, але згадування про *rage bait* зростає експоненційно у період 2020–2025, з концентрацією у сфері політичних дискусій та новинних матеріалів. Це демонструє швидкий перехід від неформальної мови до нормативного словника, що характерно для слів, які відображають нові соціальні практики та технологічні явища.

Типові колокації включають: *social media rage bait*; *clickbait and rage bait content*; *videos/articles designed to rage bait audiences*. Ці колокації підтверджують семантичний та прагматичний акцент на емоційно мотивованій маніпуляції аудиторією та її широкому суспільному впливі. Поширене вживання *rage bait* демонструє, що суспільство усвідомлює ризики маніпуляції та впливу на громадську думку через контент, що провокує негативні емоції.

З когнітивної перспективи *rage bait* активує фрейм маніпульованої емоції, де гнів постає не як спонтанна реакція, а як заздалегідь сконструйований тригер. У медіа-дискурсі ця лексема часто вживається в оцінних контекстах, які викривають або критикують відповідні практики. Так, у журналістських матеріалах *rage bait* регулярно поєднується з лексемами девіації, знецінення або деградації публічного мовлення, що формує негативну аксіологічну рамку.

З погляду соціолінгвістики, це явище репрезентує нову форму колективного мовного реагування, коли слово стає маркером актуальних проблем, соціальної тривоги та етичних питань сучасної комунікації.



Так, у *"The Guardian"* rage bait фреймує явище як навмисну деградацію публічної комунікації: *"This combination of cheap humour and rage bait is the province of the shitpost"* (Torinka, 2025). Контекст статті – аналіз онлайн-культури та мемної комунікації – дозволяє інтерпретувати rage bait як когнітивний механізм, що навмисно знижує якість змісту для посилення емоційного впливу.

Подібний фрейм спостерігаємо і в культурно-споживчому дискурсі: у модному огляді *"the Row's latest rage bait"* (Cochrane, 2025) переносить концепт з цифрового середовища в домен fashion-журналістики, у сферу споживчої культури, де провокаційний дизайн або ціноутворення стає частиною маркетингової стратегії. Тут *rage bait* функціонує як метафоричний маркер провокації, що активує фрейм «навмисного порушення очікувань». Таким чином, когнітивна схема *rage bait* виявляється транспозиційною, здатною до міждискурсивного перенесення. Це свідчить про когнітивну гнучкість лексеми та її здатність адаптуватися до різних комунікативних середовищ.

У прагматичному вимірі *rage bait* репрезентує тип комунікативної інтенції, спрямованої на максимізацію залучення аудиторії через негативні емоції. Це підтверджується низкою газетних контекстів, де лексема прямо співвідноситься з дією або стратегією.

В *"The Independent"* йдеться про соціальні мережі та цифрову популярність: *"TikTok has become the platform where so-called 'rage-bait influencers' have found newfound success"* (Hebert, 2024). В цій публікації аналізується поведінка інфлюенсерів, і *rage bait* тут інтерпретується як прагматична стратегія самопросування, де провокація є інструментом досягнення ілюктивної мети (привернення уваги) та передбачуваного перлюктивного ефекту (зростання охоплення). В статті *rage bait* функціонує як елемент спільного знання аудиторії, який не потребує дефініції. Це свідчить про перехід терміна з маргінального інтернет-жаргону до ядра медіалексикону, де він виконує не лише номінативну, а й аналітичну функцію.

2. AI companion: лексикалізація емоційної підтримки

На протилежному полюсі емоційної взаємодії перебуває неологізм *AI companion*, обраний Cambridge Dictionary словом року 2025. На відміну від *rage bait*, цей термін репрезентує не провокацію, а підтримку, не конфлікт, а партнерство. Термін позначає штучного інтелектуального партнера або асистента, який взаємодіє з людиною, надає рекомендації, допомагає в навчанні, розвагах або повсякденних завданнях. Вибір цього слова відображає зростаючу роль технологій у повсякденному житті та суспільну увагу до взаємодії людей з інтелектуальними системами.

Типові колокації включають: *AI companion app*, *virtual AI companion*, *AI companion for learning*. Ці колокації демонструють технологічний, соціальний та освітній виміри слова, підкреслюючи його роль у концептуалізації нових форм взаємодії та цифрових практик.

Когнітивно *AI companion* активує фрейм емоційного союзника, в межах якого цифровий агент сприймається не лише як інструмент, а як суб'єкт взаємодії. У медіа-дискурсі ця лексема часто поєднується з тематикою навчання, психічного здоров'я, самотності та соціальної підтримки, що розширює її значення далеко за межі суто технологічної дефініції.

У прагматичному вимірі *AI companion* функціонує як маркер комунікативної інтенції, спрямованої на створення емоційної взаємодії користувача з цифровим агентом. Так, у репортажі *"The Associated Press"* описаний феномен соціальної взаємодії, де ШІ-боти виступають співрозмовниками, здатними забезпечувати емоційне «компанійство». Підлітки зазначають, що спілкування з *AI companions* стає для них джерелом емоційної підтримки, порад і дружніх стосунків, часом навіть замінюючи живе спілкування: *"Teens say they are turning to AI companions for friendship"* (Gecker, 2025). У цьому контексті лексема активує когнітивну схему «емоційного союзника», що дозволяє користувачам задовольняти соціальні та психологічні потреби у цифровому середовищі. Медіа-дискурс таким чином трансформує лексему у концептуальний маркер цифрової соціальної взаємодії, де емоційна доступність стає ключовим компонентом значення.

Однак, попри позитивну конотацію, медіа-дискурс навколо *AI companion* не є однозначно оптимістичним. Навпаки, у багатьох аналітичних матеріалах лексема використовується для проблематизації етичних і психологічних ризиків, пов'язаних із емоційною прив'язаністю до цифрових агентів. У цьому контексті *AI companion* виступає як маркер потенційної небезпеки, особливо щодо вразливих груп, зокрема підлітків.

Так, у статті *"The Washington Post"* обговорюється використання *AI companions* у якості генеративних чатботів – цифрових співрозмовників, з якими підлітки ведуть настільки інтимні бесіди, що це спонукає законодавців Каліфорнії розробляти нормативні обмеження на їх використання неповнолітніми через побоювання ризиків для психічного здоров'я та безпеки: *"Lawmakers want to regulate AI companions because of the emotional attachment teens develop"* (Oremus, 2025). У цьому контексті *AI companion* – не просто назва продукту: він виступає як прагматичний інструмент емоційного впливу, що передбачає перлюктивний ефект – формування прихильності та емоційної залежності. Таким чином формується альтернативна соціальна реальність, де цифровий агент стає джерелом соціальних і емоційних практик, раніше притаманних лише людським взаємодіям.

У публікації *"Phys.org"* *AI companion* виступає як предмет психологічного дослідження – не просто технологія, а соціокогнітивний агент, що взаємодіє з емоційними зонами людської психіки. Взаємодія із цифровим компаньоном, занурення у віртуальний соціальний досвід, позбавлений викликів реального міжособистісного життя, описується як альтернатива реальним соціальним відносинам, що може впливати на розвиток соціальних навичок. В статті наголошується, що генеративні чатботи та цифрові «компанйони», які імітують людську комунікацію, можуть викликати емоційні і психологічні ризики через дизайн, який нагадує людську емпатію. Підлітки часто формують з ними емоційні зв'язки, не розуміючи справжньої природи цифрового агента. На думку дослідників, взаємодія з *AI companions* здатна модулювати соціальну поведінку: *"A significant number of teens spend more time with AI companions than with real friends"* (Spry, 2025). Автори статті вивчають *AI companions* з етичної та психологічної перспектив, відзначаючи, що такі інструменти можуть викликати патологічну емоційну залежність і неправильне розуміння соціальних відносин у молоді.

Прагматично це означає, що термін виконує подвійну функцію: з одного боку, він легітимізує нову форму соціальної взаємодії, з іншого – слугує інструментом критичного осмислення її наслідків. Саме ця амбівалентність робить *AI companion* важливим об'єктом лінгвістичного аналізу, оскільки вона відображає напруження між технологічним прогресом і гуманітарними цінностями.



Таким чином, AI companion у сучасних медіа не лише описує технологічний об'єкт, але й формує мовну концептуалізацію соціальних і психологічних ризиків, комунікативних стратегій та цифрових практик. Лексема стає показовою одиницею сучасного англомовного дискурсу, що дозволяє фіксувати трансформації суспільної взаємодії та емоційної комунікації в епоху штучного інтелекту.

Важливо підкреслити, що AI companion функціонує як концептуальний зв'язок між технічним і гуманітарним дискурсами. Він дозволяє описувати складні соціально-психологічні практики мовою, зрозумілою широкій аудиторії, що й зумовлює його швидку нормалізацію в публічному просторі.

Попри очевидну семантичну опозицію, rage bait і AI companion об'єднані спільною логікою цифрової комунікації, у межах якої емоції стають центральним елементом взаємодії. Якщо rage bait експлуатує негативні емоції для стимуляції активності, то AI companion моделює позитивну емоційну залученість як форму підтримки та лояльності.

У цьому сенсі обидва неологізми репрезентують різні аспекти одного процесу – переосмислення емоцій у цифровому середовищі як ресурсу, що підлягає дизайну, оптимізації та контролю. Саме ця спільна основа дозволяє розглядати їх не ізольовано, а як елементи ширшої когнітивно-дискурсивної моделі, які взаємно доповнюють один одного.

3. Metaverse як концепт цифрової інтеграції

Словом року 2025 від Collins Dictionary стає термін *metaverse*, який позначає інтегровану віртуальну реальність, де користувачі взаємодіють у цифрових просторах, створюючи спільноти, економічні та культурні практики. Вибір цього слова відображає суспільний інтерес до цифрових технологій, віртуальної взаємодії та культурних трансформацій, що зумовлюють нові форми соціальної комунікації.

Походження терміна сягає науково-фантастичних текстів 1990-х років, але протягом останніх п'яти років metaverse активно входить у загальновживану лексику завдяки розвитку цифрових платформ, соціальних мереж та геймінгових середовищ. Такий швидкий процес трансформації з науково-фантастичного неологізму у стабільну мовну одиницю відображає широкий спектр соціальних, технологічних і культурних практик у цифрову епоху.

На когнітивно-дискурсивному рівні metaverse представляє складний концепт, який репрезентує уявлення про «віртуальний простір» як інтегровану віртуальну реальність, що включає взаємодії, аватаризацію та віртуальні об'єкти. Прагматично ж термін розглядається як частина комунікативних стратегій технологічних корпорацій та як маркер сучасних технологічних перспектив. Аналіз медіатекстів із провідних англомовних періодичних видань демонструє, що metaverse регулярно виступає предметом публічної дискусії, що має стабільне семантичне навантаження й активно функціонує в різних тематичних доменах.

Окрім корпоративних і економічних контекстів, metaverse широко вживається в медіа з огляду на культурні, соціальні й технологічні перспективи. У матеріалі “The Washington Post” про зусилля Марка Цукерберга щодо просування технологій метавесвіту лексема слугує ключовим поняттям, яке обростає соціально-політичними імплікаціями: “Mark Zuckerberg is still committed to his long-term vision for the *metaverse*” (Nix, 2025), де metaverse означає стратегічний проєкт, а контекстом є дебати навколо технологічних обмежень, безпеки та перспектив широкого впровадження. В статті metaverse не лише описує технологію віртуальних 3D-середовищ, інструментів VR/AR і їхнього розвитку компанією Meta, а й стає предметом суспільної оцінки, пов'язаної з ризиками, етичними питаннями та практичною реалізацією технологічних обіцянок.

Аналіз медіатекстів показує, що metaverse активно використовується в газетних та журнальних публікаціях. При цьому термін регулярно поєднується з колокаціями, що підкреслюють його технологічний, просторовий та соціальний виміри: virtual metaverse worlds, metaverse platform, metaverse events and experiences. Ці колокації демонструють здатність терміна концептуалізувати різноманітні форми цифрової взаємодії, включаючи навчання, роботу, розваги та економічну активність.

У ширшому дискурсі metaverse виступає як концептуальний міст між технологічними, соціально-психологічними та культурними практиками. Його використання в медіа та публічних дебатах часто супроводжується соціально-економічними та етичними імплікаціями: безпека даних, приватність, цифровий маркетинг, інтеграція в освіту та розваги. У статтях metaverse описується як інтегроване середовище VR/AR, що дозволяє користувачам взаємодіяти цифрово так само, як і у фізичному світі, відвідувати концерти, здійснювати покупки та зустрічатися в офісах.

Міждискурсивна транспозиція metaverse проявляється в тому, що термін використовується не лише у технологічних прес-релізах, а й у маркетингових кампаніях, соціологічних дослідженнях, освітніх платформах та культурних оглядах. Він стає концептуальним маркером цифрової ідентичності, інтеграції технологій у повсякденне життя та формування нових соціальних практик.

Аналіз трьох слів року 2025 дозволяє простежити комплексну картину трансформації сучасної англомовної лексики під впливом цифрової культури і зробити декілька ключових висновків:

1. Динаміка неологізмів відображає соціально-технологічні трансформації. *Слова року* показують, що сучасна англомовна лексика інтегрує не лише нові технології, а й нові соціальні практики, культурні зміни та емоційні стратегії.

2. Емоції стають ключовим комунікативним ресурсом. Rage bait і AI companion демонструють протилежні підходи до управління емоціями – від провокації та маніпуляції до підтримки та партнерства. Обидві стратегії інтегровані у metaverse, де створюються комплексні цифрові середовища.

3. Слова року виступають маркерами культурних та етичних пріоритетів. Вибір лексем підкреслює зростання суспільної уваги до етичних, психологічних та соціальних аспектів цифрової взаємодії. Rage bait сигналізує про ризики емоційної маніпуляції, AI companion – про нові форми підтримки та партнерства, metaverse – про глобальну інтеграцію цифрових практик.

4. Всі три неологізми демонструють здатність до міждискурсивного перенесення: від технологічних та медійних контекстів до культурних, освітніх і комерційних практик, що робить їх універсальними інструментами аналізу сучасної цифрової культури.

5. Адаптація у медіа-дискурсі. Активне використання термінів без додаткових пояснень свідчить про їхню стабільність і інтеграцію у суспільну лексичну систему. Це відображає процеси нормалізації та узаконення нових соціально-культурних практик у публічному дискурсі.

**Література:**

1. Зацний, Ю., Янков, А. (2021). *Лексичні та фразеологічні інновації англійської мови*. Запоріжжя: Запорізький національний університет.
2. Мельник, О. (2025). Лексичні неологізми в англійській мові: причини та тенденції виникнення. *Філологічні науки. Мовознавство*, 24(1), 183–193. <https://doi.org/10.28925/2311-2425.2025.2413> (дата звернення: 16.02.2026).
3. Cochrane, L. (2025). "Rage bait" or good design? The Guardian. July 19, 2025. <https://www.theguardian.com/fashion/2025/jul/19/rage-bait-good-design-ama-600-sliders-the-row> (дата звернення: 16.02.2026).
4. Hebert, O. (2024). What are "rage bait" influencers? The Independent. February 29, 2024. <https://www.independent.co.uk/life-style/tiktok-rage-bait-influencers-b2504221.html> (дата звернення: 16.02.2026).
5. Gecker, J. (2025). *Teens say they are turning to AI for friendship*. Associated Press. July 24, 2025. <https://apnews.com/article/ai-companion-generative-teens-mental-health-9ce59a2b250f3bd0187a717ffa2ad21f> (дата звернення: 16.02.2026).
6. McCulloch, G. (2019). *Because Internet: Understanding the new rules of language*. Riverhead Books. <https://archive.org/details/gretchen-mc-culloch-because-internet-understanding-the-new-rules-of-language-riv/page/n1/mode/2up> (дата звернення: 16.02.2026).
7. Nix, N. (2025). *Mark Zuckerberg is still betting his metaverse bet will pay off*. Washington Post. September 17, 2025. <https://www.washingtonpost.com/technology/2025/09/17/meta-mark-zuckerberg-glasses-metaverse/> (дата звернення: 16.02.2026).
8. Oremus, W. (2025). *Kids are talking to "AI companions". Lawmakers want to regulate that*. The Washington Post. April 1, 2025. <https://www.washingtonpost.com/politics/2025/04/01/ai-companions-kids-ca-ny-bill-ban/> (дата звернення: 16.02.2026).
9. Schmid, Hans-Jörg. (2020). *The dynamics of the linguistic system. Usage, Conventionalization, and Entrenchment*. Oxford: Oxford University Press. https://edoc.ub.uni-muenchen.de/32672/1/Wuerschinger_Quirin.pdf (дата звернення: 16.02.2026).
10. Spry, L. (2025). *Teens are increasingly turning to AI companions, and it could be harming them*. August 6, 2025. <https://phys.org/news/2025-08-teens-ai-companions.html> (дата звернення: 16.02.2026).
11. Topinka, R. (2025). *Do you know about shitposting? It's cheap humour, rage bait – and now, it seems, US government policy*. The Guardian. October 2, 2025. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2025/oct/02/shitpost-us-white-house-trump-joke> (дата звернення: 16.02.2026).

References:

1. Zatsnyi, Yu., Yankov, A. (2021). Lexical and phraseological innovations of the English language. [Leksychni ta frazeologichni innovatsii anhliys'koi movy] Zaporizhzhia: Zaporizhzhia National University. [in Ukrainian].
2. Melnyk, O. (2025). Lexical neologisms in the English language: causes and trends of emergence. [Leksychni neologizmy v angliyskii movi] Philological Sciences. Linguistics, 24(1), 183–193. <https://doi.org/10.28925/2311-2425.2025.2413>. [in Ukrainian].
3. Cochrane, L. (2025). "Rage bait" or good design? The Guardian. July 19, 2025. <https://www.theguardian.com/fashion/2025/jul/19/rage-bait-good-design-ama-600-sliders-the-row> (дата звернення: 16.02.2026).
4. Hebert, O. (2024). What are "rage bait" influencers? The Independent. February 29, 2024. <https://www.independent.co.uk/life-style/tiktok-rage-bait-influencers-b2504221.html> (дата звернення: 16.02.2026).
5. Gecker, J. (2025). *Teens say they are turning to AI for friendship*. Associated Press. July 24, 2025. <https://apnews.com/article/ai-companion-generative-teens-mental-health-9ce59a2b250f3bd0187a717ffa2ad21f> (дата звернення: 16.02.2026).
6. McCulloch, G. (2019). *Because Internet: Understanding the new rules of language*. Riverhead Books. <https://archive.org/details/gretchen-mc-culloch-because-internet-understanding-the-new-rules-of-language-riv/page/n1/mode/2up> (дата звернення: 16.02.2026).
7. Nix, N. (2025). *Mark Zuckerberg is still betting his metaverse bet will pay off*. Washington Post. September 17, 2025. <https://www.washingtonpost.com/technology/2025/09/17/meta-mark-zuckerberg-glasses-metaverse/> (дата звернення: 16.02.2026).
8. Oremus, W. (2025). *Kids are talking to "AI companions". Lawmakers want to regulate that*. The Washington Post. April 1, 2025. <https://www.washingtonpost.com/politics/2025/04/01/ai-companions-kids-ca-ny-bill-ban/> (дата звернення: 16.02.2026).
9. Schmid, Hans-Jörg. (2020). *The dynamics of the linguistic system. Usage, Conventionalization, and Entrenchment*. Oxford: Oxford University Press. https://edoc.ub.uni-muenchen.de/32672/1/Wuerschinger_Quirin.pdf (дата звернення: 16.02.2026).
10. Spry, L. (2025). *Teens are increasingly turning to AI companions, and it could be harming them*. August 6, 2025. <https://phys.org/news/2025-08-teens-ai-companions.html> (дата звернення: 16.02.2026).
11. Topinka, R. (2025). *Do you know about shitposting? It's cheap humour, rage bait – and now, it seems, US government policy*. The Guardian. October 2, 2025. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2025/oct/02/shitpost-us-white-house-trump-joke> (дата звернення: 16.02.2026).