

**Козка Д.В.**

ORCID: 0009-0006-2627-4255

## **ФУНКЦІЙНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ СЕГМЕНТІ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ "ТВІТТЕР"**

***Анотація.** У статті окреслено й проаналізовано функційно-стилістичні параметри неологізмів в українськомовному сегменті соціальної мережі "Твіттер". Матеріалом дослідження слугували понад дві тисячі українськомовних дописів у соціальній мережі "Твіттер" за 2020 – 2024 роки. З огляду на специфіку спілкування в мережі, основним призначенням якої є комунікація та інформація, виокремлено такі функції неологізмів у твітах: номінативну, комунікативну, привернення уваги, впливу, прагматичну. Номінативна функція названих слів у твітах зреалізовує необхідність надавати новим реаліям, особам, явищам, подіям назви, яких ще не існує ні в широкому вжитку загалом, ні в лексикографічних працях. Неологізми також слугують засобом самономінації та входять до складу афоризмів-перифразувань. До структури твітів, що репрезентують функцію привернення уваги, входять лексеми-маркери, із допомогою яких автор спонукає інтернет-комунікантів звернути увагу на певну подію, явище, ситуацію чи на власну їх оцінку. Неолексеми залучають до складу питальних конструкцій, спонукаючи комунікантів затримати увагу на дописах, поміркувати над інформацією, представленою в них, а подекуди сприйняти позицію автора твіту у відповіді на відписи інших користувачів. Когнітивна функція неологізмів полягає у вербалізації здатності автора твіту розуміти, сприймати, пізнавати інформацію, тобто в активізації мовленнєво-номінативної діяльності автора з його прагматичними настановами. Аналіз фактичного матеріалу дає підстави вважати, що оскільки твіти – репрезентанти поглядів, оцінних суджень щодо певних подій, понять, явищ авторів, то доцільно виокремити прагматичну функцію неологізмів у складі твітових висловлень. На використання неологізмів у твітах мають вплив прагматичні чинники, що відображають ставлення автора до повідомлюваного; прагматична інформація у текстах твітів виражена в оцінних неолексемах, деривованих різними способами та представлених здебільшого іменниковими й прикметниковими утвореннями. Проаналізовано новотвори з аброморфемою *ze-*, які останнім часом становлять продуктивний клас неологізмів.*

**Ключові слова:** *неологізми, функції, стилістичні особливості, інтернет-комунікація, українськомовний сегмент, твіт, "Твіттер".*

**Інформація про автора:** *Козка Давид Віталійович – магістрант; факультет української філології, культури і мистецтва; Київський столичний університет імені Бориса Грінченка.*

**Електронна адреса:** *kozka2017@ukr.net*

**Davyd V. Kozka**

ORCID: 0009-0006-2627-4255

## FUNCTIONAL AND STYLISTIC FEATURES OF NEOLOGISMS IN THE UKRAINIAN-LANGUAGE SEGMENT OF THE SOCIAL NETWORK "TWITTER"

**Abstract.** *The article outlines and analyzes the functional and stylistic parameters of neologisms in the Ukrainian-language segment of the social network "Twitter". The research data is based on more than two thousand Ukrainian-language Twitter posts in 2020-2024. Given the specifics of network, whose main purposes of which are providing communication and information, the following functions of neologisms in tweets are distinguished: nominative, communicative, attention-grabbing, influence-related, and pragmatic. The nominative function of the named words in tweets realizes the need to give new realities, individuals, phenomena, and events names that do not yet exist either in general usage or in lexicographical works. Neologisms also serve as a means of self-nomination and are part of aphorisms and paraphrases. The structure of tweets that represent the attention-grabbing function includes marker lexemes, with the help of which the author encourages online communicators to pay attention to a certain event, phenomenon, situation, or give their own assessment of it. Neologisms are used in interrogative statements, prompting communicators to hold their attention on posts, reflect on the information presented in them, and sometimes take the position of the tweet author in a reply. The cognitive function of neologisms is to verbalize the ability of the author of a tweet to understand, perceive, and learn information, i.e. to activate the author's speech and nominative activity with his or her pragmatic instructions. The analysis of the factual material suggests that since tweets are representatives of the author's views, and value judgments regarding certain events, concepts, and phenomena, it is advisable to distinguish the pragmatic function of neologisms in tweet expressions. The use of neologisms in tweets is influenced by pragmatic factors that reflect the author's attitude to the message; pragmatic information in tweets is expressed in evaluative neolexemes derived in different ways and represented mainly by noun and adjectival formations. The article focuses*

*on analyzes neologisms with the morpheme ze-, which has recently become a productive class of neologisms.*

**Keywords:** *neologisms, functions, stylistic features, Internet communication, Ukrainian-speaking segment, tweet, "Twitter".*

**Information about the author:** *Kozka Davyd Vitaliiiovych – Master's Student; Faculty of Ukrainian Philology, Culture and Art; Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University.*

**E-mail address:** *kozka2017@ukr.net*

В умовах сьогодення, коли інформаційний інтернет-простір зумовлює потребу в нових засобах повідомлення, у яких висвітлюються нові події, явища, реалії та поняття, відчувається динамічний розвиток мови. Зокрема найбільш активні зміни зафіксовані в лексико-семантичній системі, де головну роль у її розвитку відіграють неологізми, які потребують ретельного вивчення та ґрунтового аналізу. Особливо це стосується корпусу нової лексики в українськомовних соціальних мережах, структурно-семантична й функційно-стилістична організація яких є своєрідним індикатором сучасного стану мови. У наш час найбільш істотні зміни в лексиці відбуваються під час комунікації на соціальних платформах, однією з яких є "Твіттер". Сотні тисяч щоденних дописів потребують скрупульозних досліджень, адже через швидку зміну подій користувачі постійно створюють нові слова, які стають частиною щоденного мововжитку.

В українському мовознавстві чимало ґрунтовних напрацювань присвячено неологічній проблематиці. Це роботи таких авторитетних науковців, як: Н. Клименко, С. Єрмоленко, О. Тараненко, Г. Вокальчук, Ж. Колоїз, А. Нелюба, Г. Сюта, О. Семенюк, Л. Кислюк, Г. Віняр та ін.

Проблемі неологізмів у масмедійному дискурсі присвячені роботи О. Сербенської, Є. Карпіловської, Л. Струганець, О. Стишова, Л. Шевченко, Д. Сизонова, М. Навальної, Т. Коць, Д. Мазурик, Г. Мінчак, О. Ляхової та ін.

Неологізми в інтернет-комунікації студіюють С. Зайцева, С. Чемеркін, К. Ладоня, О. Стишов, М. Бойчук та ін.

З огляду на динаміку змін у назвах соціальних мереж, мовці не завжди швидко реагують на такі нововведення і

.....

послугуються номенами, що стали більш звичними для користувачів. Матеріалами нашого дослідження переважно є тексти періоду, коли соціальна мережа "X" мала назву "Твіттер". І лише 17 травня 2024 року доменне ім'я мережі змінено на X.

В українській лінгвістичній науці аспекти функційно-стилістичного діапазону неологізмів соціальної мережі "Твіттер", які до певної міри формують сучасний інтернет-дискурс, репрезентуючи інтенції учасників інтернет-комунікації, поки що малодосліджені. Це зумовлено тим, що зазначена соцмережа почала набувати широкої популярності серед українців порівняно нещодавно. Кількість інноваційних одиниць в українськомовних соцмережах, зокрема й у "Твіттері", постійно зростає та урізноманітнюється, тому окреслена проблематика потребує безперервного дослідження.

В останні десятиліття на словниковий склад літературної мови впливають не лише науково-технічні процеси, а й суспільно-політичні події, висвітлення яких більшою мірою відбувається в інтернет-просторі, що за визначенням Л. Мальцевої, слугує "зовсім новим комунікативним середовищем, зі своїми специфічними особливостями" [6, с. 278]. Із-поміж цих особливостей чільне місце посідають новотвори, що мають тимчасову конотацію новизни, можуть бути зафіксованими у словниках, мають номінативну функцію, не мають авторства [1, с. 56].

За спостереженнями дослідників, "мовна номінація, яка належить до основних завдань вивчення лінгвістики – це постійний внутрішньомовний процес реагування на виникнення в докільлі нових реалій, понять, явищ, ознак, дій і станів. Механізм мовної номінації працює насамперед у напрямі активного розвитку лексичної й фразеологічної підсистем як сукупності самодостатніх мовних одиниць, якими позначають об'єкти навколишнього світу" [3, с. 126].

На основі досліджень лінгвістів і результатів власних спостережень й аналізу можемо систематизувати функційно-стилістичну палітру неологізмів в українськомовному сегменті соціальної мережі "Твіттер", основними функціями якої

визначено комунікативну й інформативну. Нові слова, що їх творять дописувачі мережі в процесі обміну думками та подачі інформації, у свою чергу також виконують низку функцій.

Основною й загальною для всіх неологізмів є **номінативна функція**. Необхідність надавати новим явищам, реаліям, подіям неологічних назв, яких ще не існує ні в лексикографічних джерелах, ні в широкому узусі загалом, – саме це й забезпечує номінативна функція новотворів. Дослідниця Т. Коваль слушно зауважує: "Процес номінації нового явища або поняття завжди є відображенням творчого характеру мовленнєвої діяльності автора, оскільки, здійснивши пошук необхідного слова й не знайшовши потрібної назви, мовець легко створює її сам, використовуючи для цього відомі йому словотвірні моделі або окремі лексичні зразки" [4, с. 80]. Тобто, мовці беруть за основу певну лексему, що є найбільш близькою до їхнього запиту, та модифікують до необхідної їм структури й семантики. Таке прагнення можна віднести до номінативно-експресивної функції, до прикладу: *В одній з американських компаній, де мені довелося працювати, завжди була зум-кімната з цілодобовим доступом, щоб співробітники могли просто кавувати, трендіти і бачити візуального один одного* (твіт @maxua); *Квіркіно прикольна штука, "Літо з Кармен" мені сподобалося, як і бородатий актор* (твіт @blesikrasa від 23.04.24).

Унікальними в досліджуваному матеріалі є неолексеми на позначення авторів твітів, активних користувачів соцмережі "Твіттер". Найбільш поширений неологізм, що утворився способом субстантивації, **твітерський**. Це найменування звичне в середовищі користувачів соцмережі, однак звичайними мовцями він може бути сприйнятий як відносний прикметник, наприклад: *Твітерський біжить першим пошуткувати про допомогу США* (твіт @hart від 20.04.24). Стилістичного відтінку розмовності набуває новотвір **твітерський**, входячи до сурядного ряду словоформ підметів, використовуючи який, автор твіту намагається досягти ефекту уснорозмовної оповіді (скажімо, мовленнєвого жанру казки, анекдоту чи легенди), наприклад: *В один із днів, коли на летці не було ні п'яниць, ні*

ворів, зібрались якось разом **твітерський**, краш, фотограф, Дар'я з Канади, Стасікос і Ірейн (твіт @glumi\_out від 25.07.23). У наведеному прикладі вживання новотворів – власних назв **Стасікос**, **Ірейн** (які, очевидно, походять від нік-неймів користувачів, що позначаються латиною) до певної міри інтимізують інтернет-комунікацію, роблять її зрозумілою лише для "своїх", для обраних.

Фіксуємо також найменування користувачів соцмережі "Твіттер" неологізм, сформований за допомогою суфікса **-ян-**, який зазвичай бере участь у творенні іменників на номінування осіб за характерною ознакою, національністю, видом діяльності тощо. Цю лексему вживають лише у множині, наприклад: **Солодких снів**, **твітеряни** (твіт @Sashs\_harmo від 25.09.23).

У досліджуваному матеріалі вияскравлюються неологізми, що виконують номінативну функцію, які утворились на базі раніше відомих слів чи двослівних стійких сполучень, найменувань, як-от: **офісник** (працівник офісу), **арбітражник** (особа, яка займається контролем арбітражу трафіку), **агітка** (заходи з агітації) тощо. Наприклад: *Я як типовий офісник сьогодні навіть дуйчик вмикала, бо замерзла, а люди на вулиці виявляється вмирають від спеки* (твіт @Tk081115K від 08.04.24); *Така агітка вже не працює* (твіт @d0rgo 23.03.24); *Заходять в бар криптотрейдер, арбітражник і політолог* (твіт @korhorush від 06.09.23).

Особливо виразнюється номінативна функція неологізмів на позначення назв явищ, що входять до складу перифразів, афоризмів, як-от: **Зе-тактика без стратегії** (твіт @ukrainiarsfir від 18.04.24). Збережіть собі відео, стане в пригоді, коли **зебіли** доводитимуть, що нетряпка такого не казав (@r2d2251 від 25.11.23) і тп.

Автор новотвору може подавати пояснення неонімінації, як, наприклад, у твіті @Serhii\_Sokolov від 19.04.24: **Зе-зрада**: *Роман Червінський підтвердив те, про що пишу – Зеленський і Єрмак умисно знищували ЗСУ в котлах Бахмут і Авдіївка. Бо коли злочинці-кроти попри попередження США і Залужного заганють військових в мертво оточене к@цапами місто, що*

*прострілюється наскрізь 24/7 так, що. Фіксуємо новотвір **зе-зрада** у ролі головного члена односкладного номінативного речення в низці однотипних синтаксичних конструкцій, що у твіті виступають своєрідним зачином, заголовком до основного тексту, зреалізовуючи функцію привернення уваги (про яку йтиметься нижче) користувача мережі. Як і в попередньому випадку, після неолексеми подано пояснення, однак воно більш розлоге, із детальнішим описом ситуації, із графічною актуалізацією першого компонента новотвору: **ЗЕ-зрада. Пасхалочка від блазня зрадника. Ще одне підтвердження здогадок, що був в курсі нападу, і просто намагався приспати увагу... Ранок 24.02.22. Воно читає з папірця те, що 1 в 1 співпадає зі словами Смаглючки (мабуть Їрмак писав).*** (твіт @Serhii\_Sokolov від 22.04.24).

Соціальна роль мови як знакової системи, що об'єднує людей у групи, лежить в основі **комунікативної функції** неологізмів. Дописувачі соціальної мережі є щоденними творцями нових слів, які згодом набувають популярності серед мовців загалом. За допомогою новотворів відбувається диференціація нового й старого в мові як колективного надбання. Інтернет-комунікація, формою реалізації якої слугує інтернет-дискурс, становить окремий тип спілкування, обміну інформацією, думками та поглядами, володіє усталеними етикетними формулами, спеціальними графічними засобами і, беззаперечно, специфічним лексичним складом, значна частина якого, – це нові слова.

Новотвори, до прикладу, входять до висловлень подяки, функціонуючи в прийменниково-відмінковій словоформі **за + Р.в.**, вказують на об'єкт вдячності, наприклад: *Нічого нового, просто це один вірш, який вам не показує в стрічці, тож буду вдячна **за актив*** (твіт @yeah\_notova 03.09.22).

У твітер-комунікації виокремлюємо функцію **привернення уваги**. Зазвичай структури з неологізмами містять слова-маркери, що з їх допомогою автор спонукає комунікантів звернути увагу на ту чи ту подію. Наприклад, таким маркером слугує дієслово наказового способу, що ним розпочинається

твіт: ***Зацініть**, що **зе-мародери** зробили вчора, коли всі раділи допомозі від США* (твіт @RudijLis від від 24.04.24). У наступній частині твіту автор розтлумачує дії суб'єктів, які позначені неологізмом; таке тлумачення, власне, і пояснює таку їх номінацію: *Вони скоротили кількість членів рахункової палати, яка обраховує міжнародну допомогу, з 13 до 5, залишивши на чолі криворогу сусідку **Зеблі** – Піщанську* (твіт @RudijLis від 08.05.23).

З метою привернути увагу інтернет-співрозмовників автор може ввести неолексему до структури питального висловлення, наприклад: *Якщо він так любить **епатувати**, чому він не виставить свої сідниці в прозорих шортах, чи якийсь кроп-топ хоча б?* (твіт @aucharen від 09.11.22). Подеколи на перший погляд такі питання риторичні, однак далі автор подає відповідь, що репрезентує власне бачення ситуації, наприклад: *Чому Стерненко та решта "реєстрових" "волонтерів" підтримують **зе-владу**? Бо нормальна проукраїнська влада зможе забезпечити ЗСУ, просто припинивши красти* (твіт @saniolli від 14.10.23).

Неологізми можуть входити до складу питальних висловлень, вжитих у значенні спонукально-бажальних, у постпозиції яких розкрито причину спонукування, у якій читач може "зчитати" тлумачення невідомого йому новотвору, принаймні мати узагальнене уявлення про значення нової лексеми, наприклад: *Може, хтось бажає зі мною **позайматись крос-фітом**? Бо самому так сумно і немає відчуття суперництва та командного духу* (твіт @TheGua від 06.08.23).

Неолексеми входять не лише до питальних висловлень, а й до складу постпозиційних питальних структур до синтаксичних побудов, нерідко формуючи авторські оцінні судження та умовиводи. Зокрема це неологізми, утворені способом редеривації, ***нелегал*** (нелегальний), ***неформат*** (неформатний), наприклад: *Ви вже чули про геніальний маркетинговий кейс Кані Веста під час Супер Боулу? Хоча як на мене геніальності там мало, але це **неформат**, це потрапляє в тренди* (твіт @pavloukr 14.02.23); *Що робити з онлайн-казино? Якщо*



заборонити, то млрд-и грошей підуть в **нелегал** казино росії (твіт @DesiresPlanet від 04.04.24).

Питальні конструкції, до складу яких входять новотвори, подеколи виконують функцію привернення уваги не стільки до конкретної ситуації мовлення, а й до сторінки дописувача, до його блогу, спонукають до подальшої комунікації, наприклад: *Дружина попросила купити у ванну штору, замінити стару: я замовив в **онлайн-магазині**, показав дружині і вгадайте що вона сказала?* (твіт @Dr\_Casperskiy від 07.04.22).

Зреалізовуючи функцію привернення уваги, неолексему **твітеріани** вжито в спонукальному контексті разом із вигуковим компонентом **агов**, наприклад: *Агов, твітеріани. Замовте, будь ласка, пледик* (твіт @S\_povu 26.08.23).

Відносно новими в українській мові є слова **стендап**, **стендап-комедія**, які мають значення "сольний виступ в гумористичному жанрі перед аудиторією". Компонент **стендап** нерідко входить до складу новотворів на позначення осіб, наприклад: *Нічого незвичного, просто **стендап-комік** купив БТР за гроші з концертів* (твіт @ukr.ds 04.03.23). Фіксуємо фемінні утворення від неологізму **стендап-комік**: *Одна **стендап-комікеса** в тіндері агітувала купувати квитки на свої виступи* (твіт @stassiya від 25.04.23).

Не менш важливою функцією неологізмів у текстовій канві соціальної мережі "Твіттер" є **когнітивна**. К. Третьякова вважає, що прагматичність новотворів невідокремна від їх комунікативної, а відтак – когнітивної функції [8, с. 156]. Здатність розуміти, пізнавати та сприймати інформацію – одне з найбільших призначень людського мозку загалом. У сучасному вимірі, щоб правильно передати зміст певного повідомлення, ми продукуємо нові слова, які користувачі соціальної мережі "Твіттер" часто сприймають як належне, адже така лексема описує те чи те нове поняття. Далі такий неологізм починає побутовувати серед твітів і стає звичним для мовців. Такі процеси підтверджують дослідження науковців: "Мисленнево-номінативна діяльність людини активізується разом із мовною та позамовною свідомістю, з її прагматичними установками" [8,

с.156]. Тож, яскраво продемонстроване функційно-стилістичне вираження неологічних лексем слугує не лише їх систематичному вжитку, а й зростанню зацікавленості до поданої у твіті інформації загалом.

Функційність неологізмів залежить також від структури слова, його первинної чи вторинної номінації. Наприклад, для економії мовних засобів, дописувачі часто вживають різні абрєвіатури, складноскорочені слова, як-от: *Поки ви спали ЗСУ успішно уразили за допомогою ударних **БнЛА** ряд НПЗ, зокрема у Смоленській та Воронежській областях* (твіт @SymorozOfficiali від 12.10.23).

Оскільки твіти – репрезентанти поглядів, оцінних суджень авторів щодо певних подій, понять, явищ, то насамперед доцільно визначити провідною функцією неологізмів у складі твітових висловлень **прагматичну**. "Кожна семантична новизна породжує прагматичну новизну, отримує колоритну прагматичну функцію" [8, с.156], суть якої полягає у вираженні ставлення мовця до повідомлюваного. З огляду на це слушним є міркування І. Мейзерської про те, що прагматична функція неологізмів розкривається в індивідуально-авторській мовній грі під час словотворення [7, с. 56]. На процес створення неологізмів впливають прагматичні чинники, які "відбивають ставлення автора до денотата" [5, с. 857]. Власне прагматична функція є до певної міри унікальною функцією неологізмів, що ними послуговуються в соціальній мережі "Твіттер". З точки зору прагматизму текст загалом і неологізми в ньому, оцінюються з огляду на комунікативну ситуацію, контекст, обставини, тип повідомлення, спрямованість, рівень експресивності комунікантів та ін. До прикладу, твіт @voiceofdnerg від 20.08.22 із відеопромовою Володимира Зеленського про те, що приводів для хвилювань у народі бути не має: *Чую закиди: "Зе-влада про%рала вторгнення, не евакуювала людей, тому зараз не має права вимагати від цивільних гинути за свою злочинну небалість". Але це неправда! Ось Зеленський 22.02.2022 буквально кричить: Люди, евакуюйтеся, буде вторгнення! ЗСУ, рийте окопи, мінуйте мости!"*.

Аналіз фактичного матеріалу засвідчує, що часто репрезентують прагматичну функцію неологізми, створені за моделями інвективної лексики з графічними позначками, загальноприйнятими в інтернет-дискурсі, наприклад: *Зеленський був "пострадянською людиною в абсолюті"* – і саме це викликає у багатьох відчуття ментальної спорідненості. І ось цей "пацан" – молодий, свіжий, усміхнений, без конкретики заявив, що покращить життя усім нам... Дякуєм ("Все буде **ЗЕ!шубісь**"?? (твіт @XensaUA 22.02.24).

Дослідниця особливостей українськомовного блогу С. Зайцева зауважує: "Визначаючи стильову належність тексту, помічаємо виразне нашарування розмовності, властиве як українській мові в мережі Інтернет, так і сучасній українській літературній мові загалом" [3, с.73]. Такі процеси простежуємо й у "Твіттері". Проте варто зауважити, що відібрані для аналізу лексеми мають характер саме розмовно-літературної мови, рідко нашаровуючись сленговістю. Аналізований корпус віднайдених неологізмів в українськомовному сегменті "Твіттера" тяжіє до набуття статусу кодифікованого слова, адже більшість таких слів не є разовими, а мають певне систематичне побутування. За спостереженнями дослідників, у всіх неологізмів є три варіанти розвитку:

- набути "статусу" загальноживаних слів;
- не отримати поширення і стати "мертвими";
- не перейти до розряду популярних і залишитися неологізмами [1, с. 159].

На сьогодні стилістичні можливості неологізмів є однією з визначальних їх особливостей, що надає популярності цим лексичним одиницям серед мовців, або ж маркує їх, залишаючи у розряді, щонайменше, оказіональних новотворів [6].

Типовим для соціальної мережі "Твіттер" є живання лексем з оцінним значенням. Емоційно-оцінні новотвори представлені одиницями, різними за частиномовною належністю, однак помічено, що серед них переважають іменникові й прикметникові (*вкраїнчик, європейчик, єрмакіщина, недореформа, шоколаднорилі* та ін.).

Окремою продуктивністю у дописах користувачів мережі "Твіттер" користується аброморфема *зе-*, що є початковою від повного прізвища Президента України Володимира Зеленського, проте уособлює не лише самого Президента, а й його оточення, почасти усю структуру державного управління. Водночас, із-поміж виявлених слів, із вищезазначеною аброморфемою, простежуємо не лише належність до власної номінації, а й негативну конотацію таких лексем загалом: *земарафон, зевлада, зедепутат, зетактика, зеухилянт, зекоманда, зеузурпатори, зеєрмак*.

У зв'язку з впливом екстралінгвального чинника (соціального) у твітах, як і в мові ЗМІ та в розмовному мовленні загалом активно вживаними є оцінні неолексеми з аброморфемою *зе-*. Такі новотвори здебільшого виражають зневагу, презирство, осуд, несхвалення.

Виокремлюємо типи новотворів із аброморфемою *зе-*, до яких входять:

1) елементи, що у своєму первинному лексичному значенні містять оцінний складник, як-от: *ухилянт, банда*, наприклад: *Зе-ухилянт щасливий, що гине тільки українське м'ясо, а цивілізовані американці залишаються цілими і живуть життя* (твіт @voiceofdnerg від 11.07.23); *Жоден поц з зе-банди, включаючи Клопа, в Україні НЕ МАЮТЬ нерухомості* (твіт @KyevskiyLev від 24.04.24);

2) компоненти – негативнооцінні назви осіб (*мудак*), наприклад: *Хто б сумнівався, що всякі зе-м\*даки (ідеально він собі підбирає назви і лінки) прийдуть під пост з вагонами жіночими й читати не збираються, що треба ЩЕ вагон і це обговорювати з військовими, а не лізти до жіночих* (твіт @KillstarGreepy від 25.04.23);

3) назви тварин, комах на позначення осіб, вжитих у переносному значенні, для позначення типізованих рис (впертості – *віслиук*, в'їдливості – *кліщ*), наприклад: *Ну почекайте, зе-віслиуки, Валерій Федорович ще скооперується з британцями проти вас* (твіт @RudijLis від 13.03.24); *За таке бабло зе-кліщі вбиватимуть і саджатимуть будь-кого, хто*

загрожуватиме їх незаконному царюванню (твіт @voiceofdnepr від 22.07.23);

4) інші найменування осіб, як-от: *Наш Зеленін* (твіт @RomanMoskal від 01.12.23).

Для лінгвального оформлення українськомовних твітів характерною є оцінна прикметникова неолексема *оскароносний*, що її переважно вживають у прямих контекстах, наприклад: *В український прокат виходить найочікуваніша оскароносна драма минулого року* (твіт @smak\_media 13.03.24); *Оскароносна стрічка "Своїх не кидаємо"* (твіт @winter від 02.03.23).

Фіксуємо неологізм *оскароносний* у підписі, що має іронічний підтекст, до світлини: *Оскароносна підставка для суши* (твіт @mAlina813 24.07.23).

Як засвідчує аналіз твітів, до кладу яких входять неологізми, відбір стилістично значущих елементів у сучасних текстах блогів орієнтований не стільки на виконання інформативної функції, скільки на вплив.

Отже, неологізми в українськомовному сегменті соціальної мережі "Твітер" зреалізують номінативну, комунікативну функції, функцію привернення уваги, а також когнітивну й прагматичну. Мовлення твітерців спрямоване на залучення широкого кола користувачів мережі до суспільних, політичних, економічних, військових та ін. проблем, саме тому палітра твітових мовних конструкцій репрезентована нейтральними й емоційно-експресивними засобами впливу на читачів. Тематика й інтенційний обшир твітів передбачає вживання нових слів та словосполучень на позначення суспільно-політичних процесів, термінів із культурно-мистецької та наукової сфер, а також часто це емоційно-оцінна лексика, рідна за частиномовною належністю.

На використання неологізмів у твітах мають вплив прагматичні чинники, що відображають ставлення автора до повідомлюваного.

Матеріал дослідження засвідчив перевагу оцінних неологізмів, що творяться різними способами (суфіксація, префіксація, універбація, слово- й основоскладання тощо).

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у комплексному аналізі емоційно-оцінних засобів у структурі неологізмів.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Голікова О.М., Бирюк Т.В. Семантико-стилістичні особливості термінологічних англословних неологізмів у медичній сфері. *Закарпатські філологічні студії*. 2021. Вип. 20(1). С. 55-60.
2. Гладка В.А. Поняття "неологізм" у світлі сучасних лінгвістичних парадигм. *Наукові записки. Серія "Філологічна"*. 2009. Вип. 11. С. 170–177.
3. Зайцева С.В. Лексико-стилістичні та словотвірні особливості українськомовного блогу : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова". Дніпро, 2014. 256 с.
4. Коваль Т.Л. Експресивна функція неологізмів у мові сучасного газетного дискурсу. *Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство)*. 2011. Вип. 100. С. 78–81.
5. Лоцинова І. С. Функційно-стилістичні особливості неолексем у творах письменників Дніпропетровщини. *The 1 International Science Conference on Multidisciplinary Research*, January 19 – 21, 2021. С. 856–860. Режим доступу: <http://repo.dma.dp.ua/6688/1/I-Conference-January-19%E2%80%9321BerlinGermany-book-857-861.pdf> (дата звернення: 10.04.2024)
6. Мальцева Л. Українська блогосфера: функціонально-стильова характеристика. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2011. Вип. 52. С. 278–289
7. Мейзерська І.В. Корпусний підхід у сучасній лінгвістиці: перспективи і можливості застосування. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія*. 2014. Вип. 28. С. 53–58.
8. Третякова К.В. Функціонально-прагматична місія неологізмів у мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. № 42. Т. 1. С. 156–159.

### REFERENNCES

1. Holikova, O. & Byriuk, T. (2021). *Semantic and stylistic features of terminological English neologisms in the medical field. Transcarpathian Philological Studies*. [Semantyko-stylistychni osoblyvosti terminologichnyh anglomovnyh neologizmiv u medychnij sferi]. *Transcarpathian Philological Studies*, 20(1), 55-60 [in Ukrainian].
2. Hladka, V. (2009). *The concept of "neologism" in the light of modern linguistic paradigms. Scientific notes. Ser.: "Philological"*.

[Ponjattja "neologizm" u svitli suchasnyh lingvistychnyh paradygm. Naukovi zapysky. Serija "Filologichna", 11, 170-177 [in Ukrainian].

3. Zaitseva, S. (2014). *Lexico-stylistic and word-formation features of the Ukrainian-language blog: Thesis for the Degree of Candidate of Philological Sciences: specialization 10.02.01 "Ukrainian Language"*. [Leksyko-stylistychni ta slovotvorni osoblyvosti ukrai'ns'komovnoho blogu : dys. na zdobuttja nauk. stupenja kand. filol. nauk : spec. 10.02.01 "Ukrai'ns'ka mova"], Dnipro, 256 [in Ukrainian].

4. Koval, T.L. (2011). *The expressive function of neologisms in the language of modern newspaper discourse* [Ekspresyivna funkcija neologizmiv u movi suchasnogo gazetnoho dyskursu]. *Scientific notes. Ser.: "Philological sciences (linguistics)*, 100, 78–81 [in Ukrainian].

5. Loshchynova, I. (January 19 – 21, – 2021). *Functional and stylistic features of neolexemes in the works of writers of Dnipropetrovs'k region*. [Funkcijno-stylistychni osoblyvosti neoleksem u tvorah pys'mennykiv Dnipropetrovshhyny]. The I International Science Conference on Multidisciplinary Research, 856-860. URL: <http://repo.dma.dp.ua/6688/1/I-Conference-January-19%E2%80%93212021BerlinGermany-book-857-861.pdf> (last access: 10.04.2024) [in Ukrainian].

6. Maltseva L. (2011). *Ukrainian blogosphere: functional and stylistic characteristics*. [Ukrai'ns'ka blogosfera: funkcional'no-styl'ova harakterystyka]. *Journal of Lviv University. Philological series*, 52, 278-289 [in Ukrainian].

7. Maizerska I. (2014). *Corpus approach in modern linguistics: perspectives and application opportunities*. *Scientific Bulletin of the UNESCO Department at Kyiv National Linguistic University. Philology, pedagogy, psychology*. [Korpusnyj pidhid u suchasnij lingvistyци: perspektyvy i mozhlyvosti zastosuvannja]. *Naukovyj visnyk kafedry JuNESKO Kyi'vs'kogo nacional'nogo lingvistychnoho universytetu. Filologija, pedagogika, psihologija*, 28, 53–58 [in Ukrainian].

8. Tretiakova K. (2019). *The functional-pragmatic mission of neologisms in language* [Funkcional'no-pragmatychna misija neologizmiv u movi]. *Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Ser.: Philology*, 42, 1, 156–159 [in Ukrainian].

**Дата надходження до редакції – 22.04.2024**

**Дата затвердження редакцією – 12.05.2024**



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.