

<https://doi.org/10.31891/2415-7929-2026-37-10>
УДК 811.111'373.43:811.161.2'373.43:004.738.5

УДОВІЧЕНКО Ганна

Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Криворізького національного університету
<https://orcid.org/0000-0003-3731-0857>
udovichenko@donnuet.edu.ua

ОСТАПЕНКО Світлана

Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Криворізького національного університету
<https://orcid.org/0000-0002-3915-4854>
ostapenko@donnuet.edu.ua

КУЛІШОВА Софія

Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Криворізького національного університету
kulishova@donnuet.edu.ua

ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-НЕОЛОГІЗМІВ У ЦИФРОВОМУ ДИСКУРСІ

Статтю присвячено дослідженню функціональних характеристик інтернет-неологізмів у сучасному цифровому дискурсі. Актуальність теми зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій, соціальних мереж і платформ онлайн-комунікації, що сприяють інтенсивному оновленню словникового складу мов та появі нових лексичних одиниць для позначення явищ, процесів і форм взаємодії, властивих цифровому середовищу. Інтернет-неологізми стали невід'ємною складовою сучасної комунікації, відображаючи зміни у способах спілкування, соціальній поведінці користувачів і тенденціях мовного розвитку. Особливого значення набуває їх порівняльне дослідження в англійській та українській мовах, оскільки англійська виступає основним джерелом цифрових інновацій, тоді як українська активно адаптує запозичення відповідно до власної фонетичної, граматичної та словотвірної систем.

Метою дослідження є аналіз функціональних характеристик інтернет-неологізмів в англійському та українському цифровому дискурсі, визначення їхніх основних функцій та особливостей функціонування в сучасному мовленні.

У результаті дослідження встановлено, що інтернет-неологізми виконують широкий спектр функцій, серед яких провідними є номінативна, комунікативна, експресивна, оцінна, ідентифікаційна та прагматична. Визначено, що вони забезпечують мовну економію, сприяють швидкому обміну інформацією, передають емоційне ставлення мовців, формують групову ідентичність користувачів цифрового середовища та відображають актуальні соціокультурні процеси. Доведено, що англійська мова характеризується високою продуктивністю словотворчих моделей, тоді як українська активно поєднує процеси запозичення із внутрішньомовною адаптацією та створенням власних словотвірних варіантів.

Ключові слова: інтернет-неологізми, цифровий дискурс, англійська мова, українська мова, неологізм, запозичення, мовна адаптація, цифрова комунікація, функціональні характеристики

UDOVICHENKO Hanna, OSTAPENKO Svitlana, KULISHOVA Sofia

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Educational and Scientific Institute of Economics and Trade of
Kryvyi Rih National University

INTERNET NEOLOGISMS FUNCTIONING IN DIGITAL DISCOURSE

This article deals with the functional characteristics of internet neologisms in contemporary digital discourse. The relevance of the topic stems from the rapid development of digital technologies, social networks and online communication platforms, which contribute to the intensive renewal of linguistic vocabulary and the emergence of new lexical units to denote phenomena, processes and forms of interaction characteristic of the digital environment. Internet neologisms have become an integral part of modern communication, reflecting changes in communication methods, users' social behaviour and trends in language development. Their comparative study in English and Ukrainian is of particular significance, as English serves as the primary source of digital innovations, whilst Ukrainian actively adapts these loanwords in accordance with its own phonetic, grammatical and word-formation systems.

The objective of this study is to analyse the functional characteristics of internet neologisms in English and Ukrainian digital discourse, to identify their main functions and features of their use in contemporary speech.

The study demonstrates that internet neologisms fulfil a wide range of functions, the principal of which are nominative, communicative, expressive, evaluative, identificatory and pragmatic. It is established that they ensure linguistic economy, facilitate the rapid exchange of information, convey the emotional attitudes of speakers, shape the group identity of users of the digital environment, and reflect current sociocultural processes. It is determined that the English language is characterised by a high degree of productivity in its word-formation models, whilst Ukrainian actively combines processes of borrowing with intralinguistic adaptation and the creation of its own word-formation variants.

Key words: Internet neologisms, digital discourse, English, Ukrainian, neologism, loanwords, linguistic adaptation, digital communication, functional characteristics

Стаття надійшла до редакції / Received 02.05.2026
Прийнята до друку / Accepted 29.05.2026
Опубліковано / Published 31.05.2026



This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

© УДОВІЧЕНКО Ганна, ОСТАПЕНКО Світлана, КУЛІШОВА Софія

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У сучасному мовознавстві актуальність інтернет-неологізмів зумовлена тим, що саме зараз цифрове середовище стало одним із найактивніших джерел оновлення лексичного складу мови.

Соціальні мережі, месенджери, відеоплатформи, онлайн-ігри, блоги та форуми щоденно продукують нові слова, які швидко входять у мовлення користувачів і починають функціонувати не лише в межах інтернету, а й у повсякденній комунікації.

Інтернет-неологізми відображають зміни у способах спілкування, поведінці користувачів, формах самовираження, оцінювання та взаємодії в цифровому просторі. Тому їх вивчення дає змогу простежити, як мова реагує на нові технологічні, соціальні та культурні реалії, а також як формується сучасна мовна норма під впливом онлайн-комунікації.

Особливої актуальності набуває порівняльний аналіз англійських та українських інтернет-неологізмів, оскільки англійська мова виконує роль глобального джерела більшості цифрових номінацій, тоді як українська мова активно засвоює, переосмислює та адаптує ці одиниці відповідно до власної граматичної, словотвірної й семантичної системи. У мовленні українських користувачів поширюються такі одиниці, як лайкати, репостити, стримити, скролити, банити, хейтити, гуглити, які походять від англійських основ, але функціонують уже за законами української мови. Саме тому дослідження цієї теми дозволяє не лише описати нові слова, а й показати механізми їх входження в український мовний простір, зокрема через запозичення, калькування, транслітерацію, афіксацію, семантичне розширення та функціональну переорієнтацію.

Актуальність теми посилюється тим, що інтернет-неологізми характеризуються високою динамічністю: частина з них швидко зникає, а частина закріплюється в мовленні, переходить у медіа, рекламу, публіцистику, навчальний дискурс і навіть професійну комунікацію. Через це виникає потреба не просто фіксувати нові одиниці, а систематизувати їх за способами творення, семантичними групами та функціями у цифровому дискурсі. Таке дослідження дає змогу визначити, які моделі є продуктивними для англійської мови, які з них засвоюються українською, а які трансформуються відповідно до національних мовних норм. Це особливо значуще для розуміння того, як українська мова зберігає власну структурну самобутність в умовах активного англословного впливу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Д. Крістал [11] запропонував розглядати мовні явища інтернету як окремий комунікативний простір, у якому поєднуються ознаки усного й писемного мовлення, стислість, емоційність і швидке оновлення лексики. Проблема визначення інтернет-неологізмів пов'язана з тим, що вони не завжди є абсолютно новими за формою, оскільки нерідко постають як нові значення вже відомих слів або як модифікації наявних лексем. А. Меткалф [16] запропонував критерій життєздатності новотвору, за яким нова лексична одиниця закріплюється в мові тоді, коли відповідає комунікативним потребам мовців, є зручною у вживанні та зрозумілою для широкого кола користувачів. З позицій словотвірного аналізу інтернет-неологізми можна класифікувати за способами творення, що дає змогу простежити продуктивні моделі поповнення словника в цифрову добу. С. Єнікєєва [2] запропонувала розглядати сучасний англійський словотвір через продуктивні моделі комбінування морфем, утворення гібридних форм і активне використання словотвірних ресурсів мови. Найпоширенішою є словотвірна класифікація, відповідно до якої інтернет-неологізми поділяються на афіксальні, складні, скорочені, телескопічні та запозичені одиниці. У своїх міркуваннях А. Котенко [2] підкреслює, що неологізми як лінгвокогнітивні утворення постають результатом нового способу осмислення дійсності, а не лише механічного створення слова. У цифровому середовищі це означає, що користувачі інтерпретують нові явища через знайомі образи, називаючи процеси мережевої взаємодії словами, які раніше належали до інших сфер досвіду.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Мета статті проаналізувати функціональні характеристики інтернет-неологізмів в у цифровому дискурсі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Функціональні характеристики інтернет-неологізмів у сучасному мовленні доцільно розглядати у зв'язку зі зміною способів комунікації, що відбулася під впливом цифрового середовища. У мережевому просторі нові слова виникають не лише для позначення нових явищ, а й для забезпечення швидкого, стислого та контекстуально насиченого обміну інформацією. О. Сергєєва й А. Провозьон [8] запропонували розглядати неологізми соціальних мереж через їхній зв'язок із формуванням нових смислів і комунікативними потребами онлайн-спільнот.

У сучасному мовленні вони функціонують як засоби мовної економії, оскільки дозволяють у короткій формі передати складне явище, дію або реакцію, що є типовим для динамічної цифрової взаємодії. Такі одиниці активно входять у повсякденне спілкування, втрачаючи статус вузькоспеціалізованих назв і поступово розширюючи сферу свого вживання за межі інтернету.

Однією з провідних функціональних рис інтернет-неологізмів є їхня **номінативна здатність**, тобто участь у називанні нових об'єктів, процесів, сервісів і форм поведінки, які не мали попереднього мовного позначення. Наприклад, в англійській мові: *Users often **stream** their gameplay on Twitch to build an audience*. В українській мові: *Він вирішив **забани** користувача за порушення правил чату*. Д. Крістал [11] запропонував трактувати цифрову комунікацію як окреме мовне середовище, у якому швидко виникає потреба в позначенні нових реалій, форматів спілкування та комунікативних практик. Завдяки цьому інтернет-неологізми виконують роль засобів первинної фіксації нового досвіду, коли мова швидко реагує на появу платформ, форматів контенту, мережових ролей та способів взаємодії.

Номінативна функція інтернет-неологізмів полягає у здатності називати нові об'єкти, процеси та явища цифрової реальності. Вона безпосередньо пов'язана з потребою мовців у точному та економному позначенні нових комунікативних практик. Наприклад, в англійській мові: *Many users **stream** live content on YouTube every day*. В українській мові: *Він отримав **лайк** під своїм новим постом*.

Експресивна функція інтернет-неологізмів проявляється у здатності передавати емоції, оцінки та ставлення мовця до подій або співрозмовника. Вона робить мовлення більш виразним, іронічним або стилістично маркованим. В англійській мові: *That video was so **goated** that everyone shared it immediately*. В українській мові: *Вона повністю **загулила** проблему і була в шоці від результату*.

А. Котенко [4] запропонує розглядати неологізми як лінгвокогнітивні утворення, що передають не лише новий предметний зміст, а й новий спосіб осмислення дійсності. У мережевому мовленні новотвори часто використовуються для передачі іронії, схвалення, критики, роздратування, дистанціювання або залучення співрозмовника до спільного емоційного тла. Саме завдяки експресивній функції інтернет-неологізми здатні формувати специфічну тональність повідомлення, навіть якщо його обсяг мінімальний. У сучасному мовленні такі одиниці нерідко стають маркерами емоційної реакції на події, тренди або поведінкові моделі, а тому їхня функціональність виходить за межі простого називання і переходить у сферу прагматичного впливу.

Функціонування інтернет-неологізмів тісно пов'язане і з їхньою роллю у формуванні групової ідентичності, оскільки нові слова нерідко слугують мовними маркерами належності до певної цифрової спільноти. Г. Намачинська та М. Ціта [5] запропонували аналізувати нові мовні одиниці як засоби, що швидко реагують на суспільні процеси й одночасно відображають особливості комунікативного середовища.

У сучасному мовленні це проявляється в тому, що інтернет-неологізми допомагають користувачам окреслити власну участь у певній культурі спілкування, продемонструвати обізнаність із цифровими тенденціями та позначити приналежність до конкретного покоління або інформаційного кола. Використання таких слів створює ефект спільності між адресантом і адресатом, адже правильне розуміння неологізму часто передбачає спільний досвід перебування в однаковому медійному середовищі. Унаслідок цього інтернет-неологізми виконують не лише лексичну, а й **соціально-ідентифікаційну функцію**, яка підтримує внутрішню згуртованість онлайн-спільнот.

Виразною характеристикою є здатність інтернет-неологізмів швидко проходити етапи закріплення у мовленні, переходячи від поодинокого вживання до ширшого визнання. Д. Керреманс [16] запропонував розглядати англійські неологізми через процес конвенціоналізації, тобто поступового входження нової одиниці у звичне мовне вживання завдяки повторюваності, зрозумілості та функціональній доцільності. У сучасному мовленні інтернет-неологізми демонструють саме таку модель розвитку, оскільки їхнє поширення залежить від частоти вживання, медійної підтримки та комунікативної зручності. Частина нових слів залишається ситуативною і швидко зникає, але значна кількість переходить у стабільне вживання, особливо якщо вони обслуговують типові цифрові практики. Отже, функціональна характеристика інтернет-неологізмів пов'язана також із їхньою здатністю закріплюватися в мовленні як повноцінні засоби сучасної комунікації, а не лише як тимчасова мовна мода.

У сучасному мовленні інтернет-неологізми активно виконують **функцію тематичної спеціалізації**, особливо у сферах, пов'язаних з інформаційними технологіями, цифровими сервісами та віртуальною взаємодією. Вони допомагають точно окреслювати професійні та користувацькі практики в онлайн-середовищі, забезпечуючи швидко й однозначно комунікацію. Н. Тимошук [9] запропонує аналізувати англійські неологізми у сфері інформаційних технологій через їхню словотвірну активність і здатність точно відображати нові процеси цифрового середовища. В англійській мові: *Developers often **debug** code before releasing a new app update*. В українській мові: *Адміністратор **забанив** користувача за порушення правил спільноти*.

Унаслідок цього інтернет-неологізми стають інструментом упорядкування нової тематичної реальності, дозволяючи виділяти окремі типи контенту, технічні операції, режими взаємодії та нові форми онлайн-активності. Для сучасного мовлення це означає, що функціонування новотворів підтримує диференціацію значень і сприяє точнішій комунікації в межах окремих тематичних полів. Особливо це помітно в англійській мові як мові-джерелі багатьох цифрових номінацій і в українській мові, яка або засвоює такі одиниці, або створює власні відповідники відповідно до внутрішніх ресурсів.

Інтернет-неологізми також виконують **інтерпретаційну функцію**, оскільки допомагають не лише називати нові явища, а й пояснювати їх через контекст уживання, оцінку та стилістичне оформлення. Вони

сприяють осмисленню цифрової реальності, адже значення таких одиниць часто розкривається через ситуацію їх використання та реакцію користувачів. В англійській мові: *After the update, users started to unfriend inactive accounts to clean their friend list*. В українській мові: *Вона загулила симптоми і одразу зрозуміла, що проблема несерйозна*. О. Гурко [1] запропонувала розглядати змістову виразність неологізмів через експлікацію, тобто поступове розкриття значення нової одиниці за допомогою мовного оточення.

Українська мова, взаємодіючи з цим потоком новотворів, або засвоює їх у готовому вигляді, або адаптує до власної фонетичної, граматичної та стилістичної системи. Саме тому цифровий дискурс є простором не лише поширення інтернет-неологізмів, а й активного формування нових моделей мовного вжитку, де англійські та українські одиниці часто співіснують, взаємодіють і впливають одна на одну.

Однією з найпомітніших рис функціонування інтернет-неологізмів у цифровому дискурсі є їхня висока частотність у ситуаціях, де необхідно швидко й точно назвати нову дію або комунікативний формат.

Наприклад, в англійському середовищі слова *post, repost, follow, unfollow, hashtag, story, stream* стали звичними одиницями повсякденного мовлення, оскільки безпосередньо пов'язані з базовими діями користувача в мережі [14].

В українському цифровому дискурсі відповідно функціонують слова «пост», «репост», «підписка», «відписка», «хештег», «сторіс», «стрим». Частина з них запозичена майже без змін, а частина отримує адаптовані форми, наприклад «стримити», «репостнути», «відписатися» [11]. У реальному цифровому спілкуванні такі одиниці використовуються не як стилістично позначені новинки, а як звичайні інструменти повсякденного опису дій: «Я запостив нове відео», «Вона зробила репост новини», «Він відписався від каналу». Це свідчить про те, що інтернет-неологізми в цифровому дискурсі виконують роль базових лексем для опису актуальної віртуальної поведінки.

Функціонування цих одиниць також виявляється у здатності поєднувати номінативну й оцінну функції. У цифровому дискурсі слово часто не лише називає явище, а й несе певне ставлення до нього. Наприклад, англійське *troll* позначає користувача, який провокує інших у коментарях або дискусіях, однак це слово майже завжди містить негативну оцінку. Український відповідник «троль» функціонує аналогічно: у фразі «У коментарях знову набігли тролі» слово не просто називає тип учасника комунікації, а й маркує деструктивний характер його поведінки. Подібну функцію мають слова *hater* – «хейтер», *fake* – «фейк», *spam* – «спам». Коли користувач пише «Це фейк» або «Не спам мені в приватні повідомлення», він використовує неологізм як засіб швидкої оцінки інформації чи дії. Таким чином, цифровий дискурс створює умови, у яких інтернет-неологізм функціонує одночасно як назва, характеристика й елемент прагматичного впливу [3].

Окремо варто звернути увагу на функціонування інтернет-неологізмів у сфері самопрезентації та побудови цифрової ідентичності. У сучасному онлайн-середовищі користувачі постійно описують себе через власну активність, ролі та способи присутності в мережі. Англійські слова *blogger, vlogger, streamer, influencer, creator* у цифровому дискурсі позначають не просто вид діяльності, а певний соціальний статус у мережі. В українському мовленні функціонують відповідники «блогер», «відеоблогер», «стрімер», «інфлюенсер», «креатор», причому деякі з них уже стали звичними для медіа, реклами та повсякденного спілкування [12]. Наприклад, у висловленні «Вона працює інфлюенсеркою в інстаграмі» слово «інфлюенсерка» не потребує додаткового пояснення для активного користувача соцмереж. Такі одиниці функціонують як знаки нових соціальних ролей, породжених саме цифровим середовищем, і поступово переходять із вузького інтернет-вжитку до ширшого публічного дискурсу [6].

Наступною рисою є змішане функціонування англійських та українських неологізмів у межах одного комунікативного простору. У цифровому дискурсі нерідко спостерігається ситуація, коли англійська форма вживається паралельно з українською адаптованою або описовою формою. Наприклад, користувачі можуть писати як «лайк», так і «вподобайка», як «донат», так і «пожертва», як «рілс», так і «коротке відео». Проте на практиці саме англійські або адаптовані від англійських основ форми частіше домінують через стислість і звичність у межах платформи. Фрази на кшталт «Кинь мені лінк», «Я задонатив на збір», «Це відео залетіло в рекомендації», «Вона зняла новий рілс» демонструють, що український цифровий дискурс активно інтегрує іншомовний матеріал, не втрачаючи при цьому власної граматичної організації. Саме ця взаємодія свідчить про відкритість української мови до нових комунікативних моделей і водночас про її здатність освоювати їх відповідно до власних норм [15].

Функціонування інтернет-неологізмів у цифровому дискурсі також тісно пов'язане з конкретними жанрами спілкування. У коментарях і чатах переважають короткі, експресивні та емоційно забарвлені одиниці, такі як «крінж», «хайп», «хейт», «бан», «донат», «мем». У блогах, новинних текстах і медіаоглядах ті самі слова можуть функціонувати вже як відносно нейтральні позначення актуальних цифрових явищ. Наприклад, слово *tete* в англійському дискурсі спершу позначало одиницю вірусного культурного відтворення, а в повсякденному цифровому мовленні стало означати жартівливе зображення або шаблон [7].

В українській мові слово «мем» функціонує аналогічно: «Цей мем уже застарів», «У мережі з'явився новий мем про цю ситуацію». Подібно до цього *viral* в англійській мові та «вірусний» в українській цифровій комунікації позначають контент, що стрімко поширюється серед великої кількості користувачів.

У цифровому дискурсі англійські та українські інтернет-неологізми виконують насамперед номінативну, комунікативну, експресивну, ідентифікаційну та оцінну функції. В англійській мові такі одиниці активно вживаються в соціальних мережах, коментарях, мемах, блогах, відеоплатформах, онлайн-іграх і професійному IT-середовищі. Наприклад, у комунікативній практиці поширені слова й вирази *post, story, reel, feed, thread, hashtag, viral, meme, challenge, stream, chat, DM, link, profile, bio, caption, comment section, reaction, emoji, sticker, filter*. В українському цифровому дискурсі ці одиниці часто функціонують у запозиченій або адаптованій формі: *пост, сторіс, рілс, стрічка, тред, хештег, вірусний допис, мем, челендж, стрим, чат, дієм, лінк, профіль, біо, підпис до фото, коментарі, реакція, емодзі, стікер, фільтр*. Порівняння показує, що англійські неологізми часто зберігають універсальний статус у глобальному цифровому просторі, тоді як українські користувачі поєднують запозичення з власними перекладними формами. Наприклад, поряд із формою *feed* в українській мові використовується *стрічка*, поряд із *comment section* – *коментарі*, поряд із *link* – *посилання* або *лінк*. Це свідчить про паралельне функціонування двох стратегій: прямого запозичення та національної мовної адаптації.

Експресивна й оцінна функції особливо помітні в неологізмах, які використовуються для реакції на поведінку, контент або події в мережі. В англійському цифровому дискурсі поширені одиниці *cringe, based, toxic, salty, savage, sus, slay, cancelled, triggered, woke, stan, simp, flex, ghosting, ratioed, flop, hype, clout, vibe, mood, tea, shade*. В українському інтернет-мовленні вони мають як запозичені, так і адаптовані варіанти: *крінж, база, токсик, солоний у значенні ображений, жорстко, підозріло, слей, скасований, тригерить, воук, станити, сімп, флексити, гостинг, зарейтили, флор, хайп, клаут, вайб, настрій, ті, шейдити*.

В англійській мові такі одиниці часто виникають у молодіжному, мемному або платформному середовищі й швидко переходять у масове вживання. В українській мові вони здебільшого входять через соціальні мережі, TikTok, YouTube, Twitter/X, Instagram, Discord, Reddit, ігрові чати та фанатські спільноти. При цьому українські користувачі часто змінюють форму слова відповідно до норм розмовної української мови: *крінжовий, хайпувати, флексити, шейдити, тригернутися, застанити, зашеймити, загостити, забанити, задонатити*. Завдяки цьому інтернет-неологізми стають не просто запозиченими словами, а повноцінними елементами повсякденного цифрового мовлення, здатними передавати оцінку, емоцію, іронію, сарказм або належність до певної онлайн-спільноти.

Отже, у цифровому дискурсі англійські та українські інтернет-неологізми функціонують як засоби швидкої номінації, емоційної реакції, оцінки та групової самоідентифікації. Англійська мова переважно виступає джерелом багатьох цифрових одиниць, які поширюються через глобальні платформи. Українська мова активно засвоює ці форми, адаптує їх фонетично, граматично й стилістично, а також створює власні відповідники, що дозволяє поєднувати міжнародну цифрову лексику з національною мовною системою.

Такі приклади показують, що інтернет-неологізми функціонують як універсальні одиниці для різних жанрів цифрового дискурсу, але водночас набувають відтінків залежно від типу тексту й комунікативної мети [13].

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У результаті проведеного дослідження англійських та українських інтернет-неологізмів як складової сучасного мовного простору встановлено, що їх поява та активне функціонування безпосередньо пов'язані з трансформацією комунікативних практик у цифрову епоху. Інтернет-середовище створює умови для інтенсивного оновлення лексичного складу мов, де нові одиниці виникають як реакція на появу нових технологій, форматів взаємодії та соціальних ролей.

У цьому процесі англійська мова виступає основним джерелом інновацій, оскільки саме вона обслуговує більшість глобальних цифрових платформ і технічних систем, тоді як українська мова активно засвоює, адаптує та переосмислює ці новотворення відповідно до власних структурних і функціональних закономірностей.

Це зумовлює як наявність значної кількості запозичень, так і розвиток внутрішньомовних ресурсів, що забезпечують формування нових лексичних одиниць у національному мовному просторі.

Дослідження функціональних характеристик інтернет-неологізмів дозволило встановити, що вони виконують широкий спектр комунікативних завдань у сучасному мовленні. Окрім номінативної функції, яка забезпечує позначення нових об'єктів і явищ, ці одиниці активно реалізують експресивну, оцінну, ідентифікаційну та прагматичну функції.

У цифровому дискурсі інтернет-неологізми слугують засобом стиснення інформації, передавання емоційного ставлення, формування групової ідентичності та регулювання комунікативної взаємодії. Вони дозволяють користувачам швидко реагувати на події, оцінювати інформацію, виражати позицію та демонструвати належність до певної соціальної або культурної спільноти. У цьому контексті функціонування інтернет-неологізмів виходить за межі суто мовного явища й стає частиною ширшої соціокультурної практики, що відображає зміни у способах мислення та спілкування.

Порівняльний аналіз дозволив виявити як спільні, так і відмінні риси у функціонуванні та семантиці інтернет-неологізмів в англійській та українській мовах. Спільними є тенденції до мовної економії,

експресивності, варіативності та швидкого поширення нових одиниць у цифровому середовищі. Водночас відмінності проявляються у ступені стабілізації значень, рівні інтеграції запозичень, способах словотвірного оформлення та стилістичному використанні нових слів.

Англійська мова, як правило, демонструє більшу усталеність і ширше функціональне охоплення інтернет-неологізмів, тоді як українська мова перебуває в процесі активного освоєння цих одиниць, що супроводжується варіативністю форм і значень.

Література

1. Гурко О. В. Неологізми та їхня експлікація в англійському мовленні. *Нова філологія*. 2021. № 82. С. 49–53. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-82-8>
2. Єнікєєва С. М. Система словотвору сучасної англійської мови: синергетичний аспект (на матеріалі новоутворень кінця XX – початку XXI століть) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04. Київ, 2011. 32 с.
3. Зацний Ю., Янков А. Інновації в словниковому складі англійської мови початку XXI ст. : англо-український словник. Вінниця : Нова книга, 2008. 360 с.
4. Котенко А. М. Неологізми як лінгво-когнітивне утворення. 2013. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/30766>
5. Намачинська Г., Ціта М. Неологізми в сучасній англійській періодиці. *Вісник науки та освіти*. 2024. № 11(29). С. 548–557. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11\(29\)-548-557](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11(29)-548-557)
6. Орел Є., Хаджи А. Іншомовні неологізми англійської мови. *Scientific practice: modern and classical research methods*. 2021. URL: <https://doi.org/10.36074/logos-15.10.2021.27>
7. Печко Н. М. До питання про політичні неологізми сучасного етапу. *Нова філологія*. 2013. № 57. С. 64–67.
8. Сергєєва О., Провозьон А. Неологізми у соціальних мережах та способи їх утворення. *Current issues of linguistics and translation studies*. 2021. № 22. С. 126–130. URL: <https://doi.org/10.31891/2415-7929-2021-22-26>
9. Тимошук Н. М. Англійські неологізми у сфері інформаційних технологій: словотвірний аспект. *Нова філологія*. 2023. № 89. С. 228–233. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2023-89-33>
10. Хавкіна О. М., Чуприна К. О. Неологізми в англійських рекламних текстах б'юті-індустрії. *Нова філологія*. 2021. № 84. С. 262–267. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-84-37>
11. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of the English Language*. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2019. 506 p.
12. Fischer R. *Lexical Change in Present-Day English: A Corpus-Based Study of the Motivation, Institutionalization, and Productivity of Creative Neologisms*. Tübingen: Narr, 1998. 209 p.
13. Kerremans D. 6. A Web of New Words. A Corpus-Based Study of the Conventionalization Process of English Neologisms" *English and American Studies in German*. Vol. 5, No. 1. 2016. P. 8–10.
14. Lalić-Krstin G., Silaški B. Covid-19 neologisms and their social use. *Discourse and Interaction*. 2021. Vol. 14, No. 1. P. 36–57.
15. Lučić V. A lexical analysis of COVID-19-related neologisms. *Romanian Journal of English Studies*. 2021. Vol. 18, No. 1. P. 111–120.
16. Metcalf A. *Predicting New Words: The Secrets of Their Success*. Boston: Houghton Mifflin, 2002. 231 p.

References

1. Hurko, O. V. (2021). Neologizmy ta yikhnia eksplikatsiia v anhliiskomu movlenni [Neologisms and their explication in English speech]. *Nova filohiia – New Philology*, 82, 49–53. Retrieved from: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-82-8> [in Ukrainian]
2. Yenikieva, S. M. (2011). Systema slovotvoru suchasnoi anhliiskoi movy: synerhetychnyi aspekt (na materiali novoutvoren kintsia XX – pochatku XXI stolit) [Word-formation system of modern English: a synergetic approach (based on neologisms of the late twentieth and early twenty-first centuries)]. Extended abstract of Doctor's thesis. Kyiv [in Ukrainian]
3. Zatsnyi, Yu. & Yankov, A. (2008). Innovatsii v slovnykovomu skladі anhliiskoi movy pochatku XXI st.: anhlo-ukrainskyi slovnyk [Innovations in the vocabulary of English at the beginning of the twenty-first century: English-Ukrainian dictionary]. Vinnytsia: Nova Knyha [in Ukrainian]
4. Kotenko, A. M. (2013). Neologizmy yak lnhvo-kohnityvne utvorennia [Neologisms as a linguo-cognitive phenomenon]. Retrieved from: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/30766> [in Ukrainian]
5. Namachynska, H. & Tsita, M. (2024). Neologizmy v suchasni anhlovovni periodytsi [Neologisms in the modern English-language periodical press]. *Visnyk nauky ta osvity – Bulletin of Science and Education*, 11(29), 548–557. Retrieved from: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11\(29\)-548-557](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11(29)-548-557) [in Ukrainian]
6. Orel, Ye. & Khadzhy, A. (2021). Inshomovni neologizmy anhliiskoi movy [Foreign-language neologisms in English]. *Scientific Practice: Modern and Classical Research Methods*. Retrieved from: <https://doi.org/10.36074/logos-15.10.2021.27> [in Ukrainian]
7. Pechko, N. M. (2013). Do pytannia pro politychni neologizmy suchasnoho etapu [On political neologisms of the contemporary period]. *Nova filohiia – New Philology*, 57, 64–67 [in Ukrainian]
8. Sierhieieva, O. & Provozon, A. (2021). Neologizmy u sotsialnykh merezhakh ta sposoby yikh utvorennia [Neologisms in social networks and ways of their formation]. *Current Issues of Linguistics and Translation Studies*, 22, 126–130. Retrieved from: <https://doi.org/10.31891/2415-7929-2021-22-26> [in Ukrainian]
9. Tymoshchuk, N. M. (2023). Anhliiski neologizmy u sferi informatsiinykh tekhnolohii: slovotvirnyi aspekt [English neologisms in the field of information technology: a word-formation perspective]. *Nova filohiia – New Philology*, 89, 228–233. Retrieved from: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2023-89-33> [in Ukrainian]

-
10. Khavkina, O. M. & Chupryna, K. O. (2021). Neolohizmy v anhlo-movnykh reklamnykh tekstakh biuti-industrii [Neologisms in English-language advertising texts of the beauty industry]. *Nova filologia – New Philology*, 84, 262–267. Retrieved from: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-84-37> [in Ukrainian]
- 11.. Crystal, D. (2019). *The Cambridge Encyclopedia of the English Language* (3rd ed.). Cambridge: Cambridge University Press [in English]
12. Fischer, R. (1998). *Lexical Change in Present-Day English: A Corpus-Based Study of the Motivation, Institutionalization, and Productivity of Creative Neologisms*. Tübingen: Narr [in English]
13. Kerremans, D. (2016). A Web of New Words: A Corpus-Based Study of the Conventionalization Process of English Neologisms. *English and American Studies in German*, 5(1), 8–10 [in English]
14. Lalić-Krstin, G. & Silaški, B. (2021). Covid-19 neologisms and their social use. *Discourse and Interaction*, 14(1), 36–57 [in English]
15. Lučić, V. (2021). A lexical analysis of COVID-19-related neologisms. *Romanian Journal of English Studies*, 18(1), 111–120 [in English]
16. Metcalf, A. (2002). *Predicting New Words: The Secrets of Their Success*. Boston: Houghton Mifflin [in English]