

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____Л.Г. Буданова
«_____» _____ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР

**ЗА СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «ГЕРМАНСЬКІ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ
(ПЕРЕКЛАД ВКЛЮЧНО), ПЕРША – АНГЛІЙСЬКА»**

**Тема: *АНГЛІЙСЬКІ ТА УКРАЇНСЬКІ ОЦІННІ НЕОЛОГІЗМИ: ТВОРЕННЯ ТА
ФУНКЦІОНУВАННЯ В МЕДІА-ДИСКУРСІ***

Виконавець: студентка групи ФЛ-201«М» ЗАГОРОДНА ЛЮДМИЛА ТАРАСІВНА

Керівник: канд. філол. наук, доцент ШАХНОВСЬКА ІРИНА ІГОРІВНА

Нормоконтролер: _____ (Кондратенко Юлія Вікторівна)

Київ 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій

Кафедра англійської філології і перекладу

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

_____ Л.Г. Буданова

«_____» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи

Загородної Людмили Тарасівни

(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема дипломної роботи: «Англійські та українські оцінні неологізми: творення та функціонування в медіа-дискурсі».

затверджена наказом ректора від «_____» _____ 2022 р. № _____

2. Термін виконання роботи: з _____ по _____

3. Вихідні дані роботи: мова віддзеркалює зміни, які відбуваються в суспільстві, що неодмінно веде до появи нової лексики. Неологізми відображають прагнення індивіда до точності та оригінальності. Новизна значень традиційних слів з'являється в результаті їх вживання у нетиповому контексті.

4. Зміст роботи: робота складається із вступу, одного теоретичного, одного методологічного та двох практичних розділів:

1) Теоретичні засади дослідження неологічної лексики;

2) Методологія дослідження оцінних неологізмів англійської та української мов;

3) Лексико-семантична специфіка оцінних неологізмів сучасних англійської та української мов у медіа-сфері;

4) Формування емоційно-оцінного компоненту у неологізмах української та англійської мов. У роботі сформульовано висновки, подано перелік використаних джерел та представлено шість додатків.

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Додаток А «Основні етапи написання роботи та використані методи дослідження на кожному етапі», Додаток Б

«Алгоритм відбору неологізмів для дослідження», Додаток В «Лексико-семантичні групи неологізмів в англomовному та україномовному медійному дискурсі», Додаток Г «Співвідношення основних способів утворення неологізмів пов'язаних із пандемією Covid-19», Додаток Д «Приклади вживання оцінних неологізмів в українських ЗМІ та їх функціонування», Додаток Е «Співвідношення використання оцінних неологізмів в медіа-дискурсі».

6. Календарний план-графік

| № з/п | Завдання | Термін виконання | Підпис керівника |
|-------|---|---------------------------------|------------------|
| 1 | Підготувати та узгодити розширений план-конспект дипломної роботи. | до 16.09 | |
| 2 | Підготувати чорновий варіант роботи | до 17.10 | |
| 3 | Урахувати рекомендації наукового керівника, опрацювати та внести результати додаткових досліджень, що проводилися під час переддипломної практики, підготувати чистовий варіант роботи. | до 24.10 | |
| 4 | Оформити чистовий варіант роботи та подати його науковому керівникові для підготовки відгуку та організації рецензування. | до 28.10 | |
| 5 | Подати роботу до комісії з попереднього захисту дипломних робіт. | до 05.11 | |
| 6 | Подати остаточний варіант роботи в оправі, а також повний пакет супровідних документів на випускову кафедру. | за тиждень до початку роботи ЕК | |

7. Консультація з окремого(мих) розділу(ів):

| Назва розділу | Консультант (посада, ПІБ) | Дата, підпис | |
|---------------|---------------------------|----------------|------------------|
| | | Завдання видав | Завдання прийняв |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

8. Дата видачі завдання: « _____ » _____ 2022 р.

Керівник дипломної роботи

(підпис керівника)

(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання

(підпис випускника)

(П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота «АНГЛІЙСЬКІ ТА УКРАЇНСЬКІ ОЦІННІ НЕОЛОГІЗМИ: ТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ В МЕДІА-ДИСКУРСІ»: 104 с., 3 рис., 5 графіки, 103 літературних джерел.

Об'єкт дослідження: оцінні неологізми англійської та української мов.

Мета роботи: вивчити та проаналізувати основні способи становлення неологічної лексики, дослідити процес формування оцінного компоненту в неологізмах та розглянути специфіку функціонування оцінних неологізмів сучасних англійської та української мов у медіа-сфері.

Методи дослідження:

Загальнонаукові методи: аналіз, синтез, спостереження, інформаційно-пошуковий метод, описовий метод, метод дедукції, метод індукції, метод суцільної вибірки.

Спеціальні методи: методи лінгвістичного опису і спостереження, аналіз словникових дефініцій, лексикографічний та компонентний аналіз, структурний метод у вигляді конкретних методик, а саме: дистрибутивного, трансформаційного та аналізу за безпосередніми складниками, контекстуально-інтерпретаційний метод, лінгвопрагматичний метод, метод кількісних підрахунків, зіставний метод.

Результати магістерської роботи рекомендується використовувати під час проведення наукових досліджень у мовознавстві та в практичній діяльності фахівців у медіа-сфері.

МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС, НЕОЛОГІЗМИ, КАТЕГОРІЯ ОЦІННОСТІ, ПЕЙОРАТИВ, МЕЙОРАТИВ, КЛАСИФІКАЦІЯ НЕОЛОГІЗМІВ, ФУНКЦІОНУВАННЯ ОЦІННИХ НЕОЛОГІЗМІВ.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| Вступ | 7 |
| Розділ 1. Теоретичні засади дослідження неологічної лексики | 11 |
| 1.1. Неологізми: сутність, ознаки та основні способи їх становлення в мові . | 11 |
| 1.2. Типологія неологізмів та принципи їх класифікації..... | 18 |
| 1.3. Лінгвістична категорія оцінки та її вербалізація в медійному дискурсі .. | 21 |
| Розділ 2.Методологія дослідження оцінних неологізмів англійської та української мов | 26 |
| 2.1. Загальнонаукові та спеціальні методи дослідження оцінної неологічної лексики англійської та української мов | 26 |
| 2.2. Методика аналізу інноваційної лексики із оцінним значення у медіа-дискурсі..... | 29 |
| Розділ 3. Лексико-семантична специфіка оцінних неологізмів сучасних англійської та української мов у медіа-сфері | 35 |
| 3.1. Словотвірні моделі оцінної неологічної лексики | 35 |
| 3.2. Тематичні групи оцінних неологізмів | 43 |
| 3.2.1. Лексико-семантичні групи оцінних неологізмів сфери повсякденного життя людей..... | 43 |
| 3.2.2. Оцінні неологізми в медичній сфері та оновлення медичної термінології внаслідок пандемії COVID-19..... | 57 |
| 3.3.3. Функціонування оцінних неологізмів утворених на тлі воєнних подій в Україні в англо- та україномовних ЗМІ | 63 |
| Розділ 4. Формування емоційно-оцінного компоненту у неологізмах української та англійської мов | 73 |
| 4.1. Види та функції оцінного значення у неологічній лексиці..... | 73 |
| 4.2.Семантичне позначення референтів | 83 |

| | |
|---|-----|
| Висновки | 89 |
| Список використаних джерел | 93 |
| Додатки | 101 |
| Додаток А | 102 |
| Додаток Б..... | 103 |
| Додаток В | 104 |
| Додаток Г..... | 105 |
| Додаток Д | 106 |
| Додаток Е..... | 108 |

ВСТУП

З початку ХХІ ст. словники української та англійської мов постійно поповнюються низкою нових слів, створених на тлі розвитку інформаційного суспільства. Такий розвиток мови не можуть залишити осторонь мовознавці, які миттєво фіксують будь-які зміни у мові і намагаються виокремити способи становлення неологічної лексики, дослідити її функціонування у різних сферах суспільства і зрозуміти що є каталізатором її укорінення у мову. Варто зазначити, що саме засоби масової інформації є одним із головних джерел поширення неологічної лексики. Людина вперше чує нове слово з екранів телевізора, помічає у газетних статтях, бачить часте його використання у соціальних мережах і згодом сама переймає, використовуючи у буденній мові. Мова мас-медіа є досить динамічною і не можна не помітити активність інноваційних процесів у словниковому складі сучасних ЗМІ.

Не менш цікавою для мовознавців є лінгвістична категорія оцінки, оскільки кожній людині притаманний оцінний підхід до навколишньої дійсності. Людина усвідомлює значущість того чи іншого об'єкта, тобто оцінює його, відносячи його до категорії позитивних чи негативних. Категорія оцінки є способом відображення антропоцентризму, і саме цьому аспекту оцінної лексики присвячено багато досліджень у сучасній лінгвістиці.

Актуальність теми роботи зумовлена необхідністю дослідити неологічну лексику як складову словникового запасу мови та визначити оцінний компонент у лексичному значенні неологізмів. Кількість нових лексичних одиниць постійно збільшується і кожний мовознавець намагається йти в ногу із часом та фіксувати зміни у мові. Крім того, дослідження є актуальним через те, що за останні два десятиріччя відбулося чимало подій, які вплинули на суспільство, внісши певні корективи у його функціонування і спричинивши появу нової лексики, яка ще не є повністю дослідженою.

Проблемою неології в різний час займалися Л. Бархударов, В.Заботкіна, Ю.Зацний, В. Карабан, В. Комісаров, О. Селіванова, В. Слепович, Г. Терехова, М. Цвілінг, Р.Берчфільд, В. Гак, Ю. Жлуктенко, І. Андрусак, К. Ковтун, Є. Кубрякова, Л. Омельченко, Т. Пахомова, В. Телія. Питанням лексичних інновацій в медійному дискурсі займалися Л.Чумак, О. Дзюбіна, В. Марьянчик, а відтворення категорії оцінності досліджено у роботах І. Коць, С.Прищепчук та В. Іващенко.

Метою виконання роботи є вивчити та проаналізувати основні способи становлення неологічної лексики, дослідити процес формування оцінного компоненту в неологізмах та розглянути специфіку функціонування оцінних неологізмів сучасних англійської та української мов у медіасфері.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- 1) окреслити поняття «неологічна лексика», визначити її сутність та ознаки;
- 2) виявити основні способи створення неологізмів та дослідити їх типологію;
- 3) проаналізувати лінгвістичну категорію оцінки та описати її вербалізацію в медійному дискурсі;
- 4) виокремити словотвірні моделі оцінної неологічної лексики сучасних англійської та української мов;
- 5) дослідити явище «семантичної неологізації» словникового запасу англомовного та україномовного населення, виокремити лексико-семантичні групи неологізмів англійської та української мов та визначити частотність функцій, які виконує неологічна лексика в медійному дискурсі;
- 6) проаналізувати застосування та функціонування тематичної оцінної неологічної лексики пов'язаної з пандемію Covid-19 та російсько-українською війною в дискурсі англійських та українських ЗМІ;
- 7) проаналізувати емоційно-оцінний компонент неологізмів, визначити види оцінного значення та виявити найбільш вживані референти для створення оцінної неологічної лексики.

Об'єктом дослідження виступають оцінні неологізми англійської та української мов, а **предметом** – особливості творення та функціонування оцінної неологічної лексики в англомовному та україномовному медійному дискурсі.

У методичному аспекті проведене дослідження умовно розподіляється на три етапи: 1) підготовчий, на якому було зібрано матеріал, здійснено вибірку українських та англійських неологізмів із словників неологічної лексики, телевізійних репортажів, газетних статей, постів із соціальних мереж та статей офіційних вебсайтів, а також було підготовлено теоретико-методологічну базу дослідження; 2) теоретико-методологічний, на якому було визначено об'єкт дослідження, проаналізовано зміст поняття оцінних неологізмів у мові мас-медіа та виокремлено основні ознаки інноваційної лексики. Крім того, ми дослідили типологію неологізмів та визначили основні принципи їх класифікації; 3) практичний, на якому було проаналізовано особливості становлення неологічної лексики, визначено спільні та відмінні риси творення та функціонування нової оцінної лексики в англійському та україномовному медійному дискурсі. У дослідженні було використано такі лінгвістично-перекладознавчі методи і прийоми: індуктивний, дедуктивний, теоретичного моделювання, а також лінгвістичні методи та прийоми: класифікаційний і типологічний аналіз, порівняльний аналіз, функціонально-семіологічний метод та контекстуальний аналіз.

Матеріалом дослідження слугують словники неологічної лексики української та англійської мов (*«Словник неологізмів. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український»*, *«Мислово»*, *“Word Spy”*, *“Webopedia”*, *“Urban dictionary”*, *“Twittonary”*, *“NetLingo”*, *“Cambridge Dictionary: New Words”*, *“Oxford English Dictionary: New Words”*), *етимологічні словники* (*“Online Etymology Dictionary”*), статті та відеоматеріали традиційних засобів масової інформації, пости у соцмережах та статті офіційних веб сайтів служб новин. Було вибрано та проаналізовано 425 одиниць неологічної лексики. Період вибірки мовного матеріалу охоплює 2005-2022 рр.

Наукова новизна отриманих результатів визначається тим, що в ній проаналізовані особливості становлення оцінних неологізмів та їх функціонування саме у медійному дискурсі. У цій роботі ми виокремили принципи класифікації неологізмів, проаналізували окремо лінгвістичну категорію оцінки та описали її

вербалізацію. Крім того, було визначено спільні та відмінні риси у створенні неологізмів сучасних української та англійської мов.

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що його результати становлять внесок у подальший розвиток досліджень інноваційної лексики, яка не припиняє формуватися з року в рік. Крім того, результати проведеного дослідження дозволяють відстежити процес ставлення неологізмів у мову та зрозуміти як оцінні неологізми функціонують в медіа-дискурсі.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати дослідження можна використати під час проведення аудиторних занять із мовознавства, а також з порівняльної лексикології англійської та української мов. Зібраний та опрацьований матеріал може бути корисними при написанні наукових робіт.

Публікації. Основні теоретичні положення магістерської роботи викладені у публікації:

Шахновська І.І., Загородна Л. Т. Українські та англійські оцінні неологізми, утворені на тлі політичних подій в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Філологія»*. Випуск №57. Одеса, 2022. С. 106-109.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ

1.1. Неологізми: сутність, ознаки та основні способи їх становлення в мові

Мова – фундаментальний фактор розвитку людства. Усі сторони суспільного життя, процеси пізнавальної і творчої діяльності людини супроводжуються мовою. Тому, мова є значно ширшим поняттям, ніж просто засобом спілкування, оскільки в ній можна прочитати історію народу, зрозуміти його менталітет, пізнати культурну спадщину нації. Саме завдяки мові все здобуте попередніми поколіннями не гине марно, а служить фундаментом для подальшого розвитку людства.

Основна лексика кожної мови об'єднує слова, що регулярно використовуються у сфері діяльності людини, слова, які вийшли або виходять з активного вжитку, а також нові слова, нещодавно створені чи запозичені з інших мов. Перетворення слів в архаїзми історизми і поява неологізмів є результатом безперервного розвитку людства.

Поява неологізмів у мові безперечно свідчить про зміни у житті людей. Оновлення словникового запасу мови унаслідок динамічного розвитку суспільства називають неологізацією. Неологізація є закономірним процесом і за словами Ф. де Соссюра, не існує жодної мови, яка була б відсторонена від факту появи в ній нових слів [33, с.35]. Процес «неологізації» є необхідним, щоб мова відповідала потребам суспільства на кожному етапі свого розвитку як у спілкуванні, так і в розвитку культури народу та закріпленні результатів пізнання дійсності людьми [19, с.22]. Визначивши важливість процесу неологізації мови і фіксування усіх змін, що зазнає мова, мовознавці та лінгвісти детально вивчають проблему становлення і функціонування саме такої лексики у різних сферах.

Проблемою неології в різний час займалися Л.Бархударов, В. Заботкіна, О. Шмельов, Ю. Зацний, М. Цвілінг, В. Карабан, Г. Терехова, В. Комісаров, О. Селіванова, Р. В. Слепович, Берчфильд, В. Гак, Ю. Жлуктенко, І.В. Андрусак, К. Ковтун, Є. Кубрякова, Л. Омельченко, Т. Пахомова, В.Телія. Кожен з них намагався дослідити певні аспекти: правильно сформулювати визначення терміну

«неологізм», окреслити ознаки неологічної лексичної одиниці, класифікувати неологізми, виокремити словотвірні моделі, а також дослідити їх функціонування в різних сферах.

Дати визначення терміну «неологізм» намагалися вітчизняні та іноземні мовознавці. Так, наприклад, О. Селіванова розглядає «неологізм» як слово чи сполуку, які використовуються в певний період часу для позначення нового або вже наявного поняття, які носії сприймають як лексичні новоутворення [28, с.95]. К.Заболотний подає наступне визначення «неологізму»: нове слово або стійке поєднання слів, що відповідає вимогам спілкування, нове за формою і за значенням (або за формою, або за значенням), утворене за законами творення слів у мові або ж запозичене з іншої мови, яке сприймається носіями як нове протягом певного періоду часу. Дослідник наголошує на абсолютній новизні лексичної одиниці [7, с.223]. О.Шмельов стверджував, що існує два підходи до виявлення неологізмів:

1) неологізм – це лексична одиниця, що не використовувалася раніше в мовленні;

2) неологізм – це те, «що носії мови сприймають як нове, однак це – добре забуте (або не повністю забуте) старе» [10, с.17].

За словами Н. Князева, «неологізм» – це лексична одиниця, що має новизну і створена за моделями словоствору уже наявними в мові, а також виникла і стала фактом мови через суспільний попит за ініціативи її покоління, що може вийти з вжитку у разі зміни подій [31, с. 264].

На позначення нового слова часто використовують тотожний терміну «неологізм» – термін «інновація». О. Сербенська зауважує, що інновації – це «запозичення, новотвори, а також кожне включене і входжене слово або вираз в мову, зумовлені зміною значень відповідно до виду і жанру мовлення; сюди відносяться і відродження висловів і слів з минулих років» [11, с. 5]. На думку мовознавця Ю.Волошина, лексичне новоутворення створюється на матеріалі рідної мови у повній відповідності до уже наявних у мові моделей творення слів, крім того це слово чи словосполучення позначає нове або раніше невідоме поняття, рід заняття, галузь науки, нову професію, предмет і т.д.» [8, с. 38].

Отож, з аналізу визначень поняття «неологізм» можна узагальнити те, що «неологізм» – це слово, термін або фраза, що з'явилися на певному етапі розвитку мови для позначення як нових реалій та понять, так і уже існуючих в новому значенні і які розуміються носіями як лексичні новоутворення.

Серед головних ознак неологізмів вирізняють наступні:

- 1) соціальна приналежність;
- 2) узуальність;
- 3) новизна і здатність до її втрати;
- 4) нормативність;
- 5) відсутність тісного зв'язку з контекстом;
- 6) високий ступінь номінативності [7, с. 78].

Соціальна приналежність неологізму пояснюється тим, що слово, яке тільки-но з'явилося, позначає нові поняття, які виникли в результаті науково-технічного прогресу, розвитку суспільних відносин, соціально-політичних змін тощо. Тобто, ці слова мають певну соціальну значимість, інакше не було б потреби її створювати та вживати в мові. Узуальність означає закріпленість нової лексичної одиниці у загальному використанні. Неологізми також здатні втрачати свою новизну і стають з часом загальноновживаними словами. Це відбувається часто із власними неологізмами, що позначають нові реалії, предмети, явища. Коли для людини певний предмет починає втрачати свою новизну і стає буденним, тоді і слово, яке його позначає стає звичним. Таким чином, багато неологізмів кінця ХХ та початку ХХІ ст. не є уже сьогодні новими словами для людей. Нормативність неологізмів полягає в тому, що їх утворення здійснюється за уже наявними у мові словотвірними моделями, у їх відповідності мовній нормі [4, с.224] Неологічні лексиці не характерний тісний зв'язок з контекстом, оскільки неологізм є цілком зрозумілим без опори на контекст, що і свідчить про високу ступінь номінативності нової лексичної одиниці.

Для утворення неологізмів використовують такі способи словотвору: є словоскладання, афіксація (суфіксальний, префіксальний, суфіксально-префіксальний способи словотворення), телескопія, конверсія, скорочення, запозичення та лексико-семантичний спосіб творення. Майже усі способи створення

нових слів, окрім конверсії, характерні для обох мов як для англійської, так і для української. Конверсія як засіб словотвору широко застосовується в англійській мові, і так як вона виявляється в англійській (тобто утворення іншої частини мови без будь-яких змін у зовнішній формі слова) – не притаманно українській мові [36, 431].

Словоскладання – один із найважливіших способів словотворення і невід’ємний засіб поповнення словникового складу більшості мов світу. Складні слова формуються із двох чи більше основ у вигляді вільних форм. У складному слові його компоненти набувають цілісності та структурної єдності і можуть функціонувати як самостійні лексичні одиниці [36, 433]. Словоскладання як спосіб словотворення відображає специфіку мови, показує особливості, характерні тільки для конкретної мови. Аналітичний лад англійської мови, а також використання певного порядку слів, що виступає своєрідним засобом вираження лексико-граматичних відносин, пояснюють існування великої кількості складних слів, утворених без сполучних елементів і флексій [29, с.205]. Найбільше за обсягом і кількістю типів складних слів є складні прикметники та іменники, рідше зустрічаються складні прислівники та дієслова [30, с. 37].

Афіксація – найпоширеніший спосіб словотвору на цьому етапі розвитку англійської та української мови. К. Коваленко зазначає, що афікси мають характерні ознаки та властивості:

- а) продуктивні;
- б) виражають певне значення, приєднуючись до продуктивної основи;
- в) легко виокремлюються як словотворчий елемент;
- г) слугують для утворення нових слів від основ іншого походження; [31, с. 263].

Основне завдання афіксації полягає в утворення нового слова або видозміни його значення, приєднуючи афікс до кореня або основ слова. Афіксація в сучасних англійській та українській мовах представлена трьома способами: суфіксацією, префіксацією і змішаною формою суфіксації-префіксації [29, с.208].

Наразі в англійській мові існує велика кількість різних за значенням та призначенням афіксів, а їх дистрибуція є настільки багатою та різноманітною як ніколи не була до цього часу. Як зазначає В. Заботкіна «за останні 25 років в утворенні

нових слів було використано 101 суфікс: *-able, -ability, -ac, -acy, -ally, -(i)al, -(i)an, -ance, -age, -ar, -arium, -ant, -ase, -ate, -ary, -ation, -ative, -cade, -atic, -dom, -ed, -ectomy, -ee, -eer, -erne, -emia, -ers, -er/or, -est, -cry, -ese, -esque, -et, -ette, -eteria, -fest, -hood, -ic, -ica, -ia, -iasis, -ics, -ical, -idan, -ie, -idty, -idase, -ide, -ify, -ification, -igenic, -in, -ine, -ino, -ion, -ing, -ish, -ism, -ional, -ist, -ite, -ity, -ium, -ive, -ization, -ized, -less, -let(te), -ly, -metry, -mydn, -ness, -nik, -o, -old, -ol, -ola, -ologist, -ology, -oma, -on, -onium, -ory, -orium, -ose, -osis, -ous, -plex, -ry, -s (area of study), -s (plural of disease), -scape, -ship, -stcr, -sville» [15, с.211].*

Серед найбільш продуктивних префіксів варто відзначити префікси *anti-, co-, de-, non-, post-, pre-, ne-, sub-, in-*. Найбільший ступінь новизни мають одиниці, створені за допомогою нових афіксів та напівафіксів, таких як: *-on, -ase, -sol, -nik, -manship, eco-, mini-, maxi-, ur-, mega-, cine-, -oholic, gate-, -watcher, dial-a-, flexi-, apres-* тощо [4, 119].

В українській мові при творенні слів суфіксальним способом найчастіше вживаються суфікси: *-ник (-ник, -овик, -овник, -атник, -аник, -івник,)*, *-ець (-овець, -івець, -янець, -инець, -інець, -анець,)*, *-ист (-іст)*; *-ка, -ат, -анн-, інн-, -енн-*. Обмежена продуктивність притаманна суфіксам іншомовного походження *-ер, -ан, -ант, -яр, -ір, -ал, -аріи*; поширене вживання іменникових віддієслівних форм на *-ач, -ник*. При префіксальному способі словотворення виявляють активність префікси *екстра-, супер-, ультра-, анти-, лже-, псевдо-, квазі-, архі-, екс-, лейб-, віце-, обер-, унтер-*[4, с.82].

Телескопія є особливим типом словоскладання шляхом контамінації кількох слів, що перебувають у сурядному зв'язку. Згідно з визначенням О. Сухорукової та Т. Астафурової, телескопія – це самостійний спосіб творення слів в англійській мові, який передбачає злиття двох чи більше основ чи слів, а також злиття повного слова або основи з усіченим, в результаті утворюється нове слово – телескопічна одиниця, яка суміщає повністю чи частково значення всіх структурних компонентів, що в неї входять. Лаконічність та компактність телескопізмів робить мовлення стислішим у викладі інформації та додає емоційного забарвлення, а спілкування стає логічнішим та ефективнішим[4, с.82].

Конверсія – це один з основних продуктивних способів поповнення словникового складу сучасної англійської мови. Пояснюється це тим, що в сучасній англійській мові майже відсутні морфологічні показники частин мови. Корінь, основа і граматична форма слова можуть співпадати за зовнішньою формою, тобто однакове звучання і написання, і тільки внутрішні показники, наприклад артикль, допомагає виявити значення слів в реченні та визначити їхню функцію [22, с.4]. Слова, що виступають у різних частинах мови можуть бути у конверсійних відносинах. В англійській мові найбільшу частину слів, утворених шляхом конверсії складають дієслова. Найчастіше ці дієслова є результатом конверсії іменників, рідше від прикметників, але, тим не менш, у мові таких слів чимало [11, с.12]. Українській мові не властива форма конверсії, яка працює в англійській, тож найближчими моделями утворення дієслів від іменників в українській мові – це похідні утворення із різними суфіксами (наприклад, -ати/-увати/-ити). Цей спосіб є доволі продуктивним, і про це свідчить велика кількість нових дієслів, утворених від запозичених іменників. При цьому можливим є додавання різних префіксів. Субстантивовані прикметники та дієприкметники в українській мові не обмежуються граматично, оскільки сама функція, яку вони виконують у реченні визначає їхній статус та усі граматичні форми [4, с.84].

Скорочення – невід’ємний спосіб словотвору як в англійській, так і в українській мові. Завдання цього способу полягає в спрощенні складної мовної одиниці шляхом усічення або стягнення частини основи без зміни лексичного значення вихідної одиниці, в цьому випадку – скорочення. За таким принципом, лексичне новоутворення, що може бути відтворене різних формах (як у звуковій, так і в графічній, числовій чи цифровій, або в звичайній текстовій) частини скорочення, репрезентує зміст вихідного слова або цілого словосполучення [15, с.212].

Важливим джерелом збагачення лексичного складу мови є запозичення з інших мов. Запозичення – це елементи чужої мови (слова, словотворчі афікси, а також цілі синтаксичні конструкції), перейняті однією мовою в іншій як результат міжмовних контактів. Вони адаптуються до системи іншої цільової мови настільки, що носії мови не відчують іншомовне походження слова, і лише його етимологічний аналіз

допоможе розпізнати у ньому ознаки іншої мови та вказати на його правдиве походження [89].

Іншомовне походження слів часто відслідковується у вигляді звукових, орфографічних, семантичних та граматичних особливостей. Зазвичай це слова терміни, які відносяться до спеціальних галузей знань або виробництва. Іноді вони позначають поняття або феномени влистяв тільки чужим народам чи країнам (регіоналізми, екзотизми, етнографізми). Такі слова містяться у словниках іншомовних слів, де можна знайти їх значення або включаються до звичайних тлумачних словників класичних мов [3, с. 57-54]. Канали можуть бути як усні, що сприймаються і передаються на слух, так і книжні, що фіксують слова письмово. Слова запозичуються з різних причин, серед них:

1) відчуття необхідності у створенні певної лексико-семантичної групи, недостатньо багатой та різноманітної або взагалі відсутньої на певному етапі розвитку тієї мови, що запозичує;

2) необхідність обмежити семантично питоме слова, усунення його полісемічності;

3) вищий ступінь термінологічного значення запозичуваного слова, яке склалося в мові-джерелі, порівняно з відповідником, який вживається у мові-реципієнті [38, с.431].

Лексико-семантичний спосіб творення – це неморфологічний спосіб утворення слів, що полягає в семантичному розщепленні полісемантичного слова з подальшим поступовим утворенням омонімів. Цей спосіб словотворення характерний як українській, так і англійській мовам і широко використовується для позначення нових явищ чи понять [15, с.211].

Окрім основних способів утворення неологізмів, варто поетапно розглянути сам процес появи і закріплення нового слова в мові. Нову лексему створює безпосередньо людина (англ. *originator*). Потім лексична одиниця проходить стадію соціалізації (сприйняття його суспільством) і лексикалізації (закріплення слова в мовній системі). Слово сприймається посередниками (англ. *purveyors*), які популяризують його серед мас. Як правило, саме засоби масової інформації відіграють

важливу роль у розповсюдженні нової лексеми. Слово, також, фіксується у періодичній пресі. Після стадій соціалізації та лексикалізації, нові слова фіксуються в словниках неологізмів, а згодом закріплюються у складі лексики як загальноживанні [38, с.432].

Ланцюг створення і закріплення неологізму виглядає так: *створення нового слова людиною ⇒ соціалізація слова ⇒ лексикалізація слова ⇒ закріплення нового слова в окремих словниках неологізмі ⇒ закріплення слова в загальноживаному складі лексики.*

Отже, «неологізм» – це є слово, значення якого з'являється у певний період часу в мові. Воно відображає невпинний розвиток суспільства. Будь-які інновації у світі є причиною неологізації лексики усіх мов світу без винятку. Під терміном «неологізм» варто розуміти позначення не тільки абсолютно нових слів, але і уже існуючих словникових одиниць, які з часом набувають нових значень. Основними способами утворення неологізмів є словоскладання, афіксія, конверсія, телескопія, скорочення, запозичення та лексико-семантичний спосіб. Нова лексична одиниця проходить етапи соціалізації та лексикалізації. З плином часу нове слово з пасивного вжитку може перейти в активний, коли воно широкозастосовується у мові більше 20 років, втрачає ознаки «неологізму» і закарбовується в словниках активної лексики.

1.2. Типологія неологізмів та принципи їх класифікації

Розуміння причин і умов появи в мові нових слів, формулювання дефініції «неологізм» та виявлення головних ознак неологічної лексики зумовлюють потребу у класифікації нової лексики та визначення основних принципів їх класифікації.

Щоб розкласифікувати неологізми використовуються різні критерії. Відповідно до критерію способу утворення слів, І. Голуб виділяє дві групи неологізмів: лексичні, які формуються в за продуктивним моделям наявних у мові або запозичуються з інших мов, та семантичні, які утворюються в результаті надання вже відомому слову нового значення [8, с. 78].

Мовознавці Д. Розенталь і М. Теленкова поділяють неологізми відповідно до:

1) способу утворення неологічних слів – це 1) лексичні одиниці, що створюються за продуктивними моделями або запозичуються з інших мов, і 2) семантичні новоутворення, які виникають тоді, коли слову надають нове значення;

2) умов створення, а це: неологізми загальномовні, що з'явилися разом з новим поняттям або новою реалією, та індивідуально-авторські (також «оказіоналізми»), які у вживання ввели конкретні автори (здебільшого письменники);

3) мети створення нових слів та основного призначення в мові – номінативні неологізми та стилістичні. Номінативні виконують в мові суто номінативну функцію, а стилістичні неологізми використовуються аби надати образу характеристику предметів, що мають назви для вираження та підкреслення їх негативних або позитивних особливостей. [11].

В. Заботкіна поділяє неологізми на:

1) *власне неологізми*, що володіють новою формою, а також новим значенням.

2) *трансномінації*, які поєднують новизну форми слова зі значенням, які вже передавалися раніше іншою формою. Мета утворення і появи трансномінації полягає у тому, щоб дати нову назву вже наявному предмету. У мові з часом з'являються слова, які можуть більш чітко, глибше та правильніше передати суть поняття чи предмета. Трансномінації виникають часто із стилістичних потреб для повідомлення експресивно-емоційних відтінків.

3) *семантичні інновації або переосмислення* – це нове значення позначається формою, яка уже існує і використовується в мові. Утворення неологізмів шляхом переосмислення слів для найменування уже відомого поняття відбувається через необхідність відтінити одну з якостей того чи іншого поняття, що раніше не відображались у словесному найменуванні [4, с. 224-225].

Більш розгорнутою є класифікація С. І. Алаторцева, що розмежовує неологізми за такими ознаками:

а) за формою мовної одиниці (структурні типи неологізмів);

б) за способом номінації (новостворені одиниці – готові;

в) за ступенем новизни («сильні» неологізми – «слабкі»);

г) по відношенню до мови-мовлення (узуальні неологізми – неузуальні);

д) за тривалістю існування (коли і як входять в мовну систему – історизми сучасності) [8, с. 12].

Загалом, виділяють чотири типи класифікацій неологізмів спираючись на вид мовної одиниці, ступінь новизни, вид реалії і спосіб утворення[3, с. 109].

I. За видом мовної одиниці, неологізми поділяються на:

1) *неолексеми* – нові слова, які є результатом запозичення з інших мов;

2) *неофраземи* – нові стійкі сполуки слів із ідіоматичною семантикою;

3) *неосемеми* – старі слова із новим значення.

II. За ступенем новизни лексичної одиниці:

1) *абсолютні неологізми (сильні)* – слова, які раніше взагалі були відсутні в мові;

2) *відносні неологізми (слабкі)* – принципово не нові слова, себто лексичні одиниці, які уже колись існували, але на сучасному етапі розвитку мови та суспільства виступають вже в іншому осмисленні. Також сюди можна віднести і так звані «внутрішні запозичення», тобто слова, що перейшли із одного виду чи жанру мовлення в інший.

III. За видом зазначуваної реалії:

1) позначають *нову* реалію;

2) *стару* реалію;

3) *актуалізовану* реалію;

4) реалію, що *відмирає*;

5) *неіснуючу (гіпотетичну)* реалію.

IV. За способом утворення.

1) *запозичені*(поділяються на зовнішні і внутрішні запозичення);

2) *словотвірні* (утворені за словотвірними моделями);

3) *семантичні* (нові значення лексичних одиниць).

Лінгвіст І. Рец здійснює класифікацію утворення неологізмів за способом входження неологізмів у мову [5, с. 39-40]:

1. Фонологічні неологізми, що утворюються з окремих звуків.

2. Морфологічні неологізми – нові лексичні одиниці, що утворюються з морфем за допомогою словотвірних моделей, які існують в мові.

3. Лексичні інновації складають абсолютну більшість серед мовних новоутворень. Слова, утворенні за продуктивним моделям деривації або запозичені з інших мов формують цю групу неологізмів.

4. Семантичні неологізми. До цієї категорії входять слова, котрі раніше були відомі за значенням в літературній мові, але згодом отримали нові значення. Поява цих неологізмів обумовлена здатністю мовних одиниць набувати нового значення для більш чітко вираження думки та вживатися у текстах чи спілкуванні різного стилю мовлення.

5. Фразеологічні неологізми. До цієї категорії неологічної лексики дослідники відносять нові стійкі одиниці, фразеологізми, які активно використовуються в мовленні носіїв. Ці одиниці здатні позначати як нове явище, або виступити новою формою для уже наявного значення в мові, яке потребує оформлення.

6. Візуальні неологізми. Ці неологізми характеризуються особливою новизною, що може виражатися у видозмінні способів написання слів, при тому зберігаючи вихідну фонетичну форми і значення слова.

Отже, можна зазначити, що немає єдиної класифікації для неологізмів, в якій були б описані всі рівні інновацій. Дослідники при класифікації спиралися на різні ознаки неологізмів, періоди входження неологізму в мову, способи утворення, ступінь новизни тощо. У роботі ми посилаємося на класифікацію В. І. Заботкіної, так як вона більш розлого і точно прокласифікувала неологізми. Також, у роботі використовується класифікація неологізмів, що спирається на їх спосіб утворення.

1.3. Лінгвістична категорія оцінки та її вербалізація в медійному дискурсі

Оцінка – невід’ємна частина нашого мислення. Кожна людина формує свою картину світу, обирає певну життєву позицію і розмежовує речі з огляду на своє відношення до них. Своє позитивне, нейтральне або негативне ставлення до подій, явищ, речей чи інших людей, можна виразити різними способами, але один із

найпопулярніших є вживання лексики, яка містить в собі оцінне значення та певне емоційне забарвлення.

Категорія оцінки визначає комунікативну інтенцію мовця та зміст повідомлення. Таку особливість цієї категорії не змогли залишити осторонь вітчизняні та іноземні лінгвісти та мовознавці, які не тільки ідентифікували засоби вираження категорії оцінки, але й вивчали її різні аспекти. У своїх роботах Н. Арутюнова, О. Вольф, Г. Приходько, Є. Сисоєва, О. Трофимова, Ю. Островська, О. Бессонова, О. Тарасенко описували види оцінних значень та засоби їх вираження. В. Виноградов, В.Телій, О. Вольф, І.Гальперін вивчали зв'язок оцінки з модальністю, а Я. Бойко, Л. Гусліста, М. Крамаренко досліджували особливості функціонування оцінних висловлювань у різних типах дискурсу, зокрема Л. Кудасова і О. Садлівська фіксували функціонування оцінної лексики у науковому дискурсі, І. Онищенко – у публіцистичному, а М. Ягубова – у розмовному.

Різні мовознавці інтерпретують категорію оцінки по-своєму. На думку Н. Арутюнова, оцінка є розумовим актом, в результаті якого встановлюється відношення суб'єкта до об'єкту, який оцінюють для того, щоб визначити його значення для діяльності та життя суб'єкта, а також вона залежна від часу і є соціально обумовленою [2, с. 120].

В. Виноградов у роботі «Грамматичне вчення про слово» (М., 1986) поняття оцінки розглядав у поєднанні з поняттям внутрішньої форми слова, аналізував суб'єктивно-оцінні суфікси іменників і якісних прикметників, форми ступенів порівняння, категорії способу дієслова, модальні слова і частки: «У внутрішніх формах слова виражається не лише «тлумачення» дійсності, а й її оцінка». Н. Шведова вважала, що категорія оцінки є одною з чотирьох первинних функцій мови, навколо яких створюється словник мови, його фразеологічні засоби і граматики [1, с.82].

Лінгвістична категорія оцінки є сукупністю різнорівневих мовних одиниць з оцінним значенням, які відображають негативне чи позитивне ставлення мовця до змісту повідомлення [21, с. 17]. Мовній оцінці притаманна специфічна структура, головними компонентами якої є суб'єкт, об'єкт оцінки, оцінний предикат, шкала

оцінок, аспект оцінки та її підстава. Об'єктом оцінки виступає предмет, людина чи явище, цінність котрого визначається за допомогою оціночного висловлювання. Суб'єкт оцінки є невід'ємною складовою структури оцінки, навіть якщо його не можна одразу і чітко визначити, адже згідно з визначенням «оцінка позначає відношення мовця до об'єкту» [4, с. 69]. Ступінь об'єктивної та суб'єктивної сторони оцінки також можна відобразити за допомогою оціночної шкали, структура якої є досить складною. Оціночна шкала може розгортатись в двох напрямках – в сторону збільшення та у сторону зменшення кількості тієї чи іншої ознаки, тому можна сказати, що вона є динамічною [21, с. 18].

Отже, оцінність – це семантична категорія, що базується на протиставленні значень різного виду оцінки, тобто негативної, позитивної чи нейтральної, а також допомагає мовцю виразити своє ставлення до названого предмета, явища чи поняття. Оцінність є загальномовною категорією, яка корелює у всіх стилях мовлення. Вона охоплює весь лексичний склад мови, але у різних лексичних групах проявляється по-різному.

Мовознавиця Є. Галкіна-Федорук відносить до емотивно-оцінної лексики такі лексичні одиниці:

- 1) слова, які виражають почуття та емоції, які відчуває людини під час свого мовлення;
- 2) слова-оцінки, які характеризують річ, предмет або явище позитивно або негативно повними своїми граматичною та лексичною формами;
- 3) слова, у яких граматично виражене оцінне та емоційне ставлення граматично, тобто із використанням суфіксів чи префіксів.

За оцінним забарвленням розрізняють також лайливі та вульгарні слова, тобто слова, які поєднуються в собі емоційність та певні стилістичні характеристики. Суперечливим є питання щодо зарахування слів, що описують та називають емоції та почуття до складу емоційної лексики. Хоча, мовознавиця Є. Галкіна-Федорук у своїх дослідженнях відстоює позицію зараховувати ці слова як складову оцінної лексики.

Цієї самої точки зору дотримувались М. Баженов і О. Фінкель. І. Арнольд не погоджується і висловлює власну думку, зазначаючи, що слова, які використовуються із метою вираження емоції та почуттів, не повинні входити до складу оцінної лексики [4, с. 21].

Зважаючи на це, у досліджуваному публіцистичному стилі повідомлень із медійного дискурсу до емотивно-оцінної лексики відносять:

- 1) слова, які вживаються для позначення почуттів;
- 2) конкретні слова-оцінки, які характеризують і кваліфікуються певні речі, предмети чи явища з позитивної або негативної сторони;
- 3) полісемантичні слова, які в своєму основному значенні є нейтральними, однак стають оцінними у переносному значенні;
- 4) слова, у яких оцінка виражається афіксами мови, найчастіше вживаються суфікси та префікси [30, с. 39].

Основною опозицією шкали є протиставлення «засудження/схвалення», що іншими словами характеризує трансформовану оцінку «плюс/мінус». Класифікація емоційної позитивної оцінки також передбачає виділення таких підтипів: 1) пестливість; 2) захоплення; 3) пустотливість; 4) схвалення, 5) співчуття; 6) жартівливість [30, с. 40].

Тип емоційної негативної оцінки можна продемонструвати у вигляді наступних оцінок:

- 1) осудлива;
- 2) зневажлива;
- 3) знищувальна;
- 4) презирлива;
- 5) лайлива;
- 6) образлива [30, с. 40].

Загалом, в українській та англійській мовах вирізняють лексику вирізняють із позитивним (мейоративним, меліоративним), негативним (пейоративним, інвективним) та нейтральним оцінним значенням. Цим поділом ми послуговуємося у роботі при визначенні оцінного значення неологізму.

Отже, оцінювання виступає невід'ємним компонентом пізнання світу людиною, оскільки всі явища навколишнього середовища у свідомості кожної особи мають певну цінність, тому і піддаються її оцінці. Оцінна лексика включає в себе слова, які називають почуття; слова-оцінки для позначення негативного чи позитивного ставлення людини до інших людей, речей, подій; багатозначні слова і слова, у яких оцінка виражається суфіксами і префіксами. Оцінне висловлювання є одним із основних об'єктів дослідження в комунікативній лінгвістиці, оскільки ним послуговується мовець у процесі передачі свого повідомлення.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ОЦІННИХ НЕОЛОГІЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

2.1. Загальнонаукові та спеціальні методи дослідження оцінної неологічної лексики англійської та української мов

Методологія у нашому дослідженні – загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, які ми використовували відповідно до мети та завдання роботи. Під методом будемо розуміти спосіб організації пізнавальної і дослідницької діяльності, зорієнтований на вивчення явищ і закономірностей об'єкта дослідження. Всі методи дослідження поділяються на загальнонаукові та спеціальні, які ми диференціювали на лінгвістичні. Загальнонаукові методи не мають окремої методології, ними ми послуговувалися для комплексного аналізу та диференціації лінгвістичних методів. Серед загальнонаукових методів дослідження ми використовували спостереження, аналіз, синтез, описовий метод, інформаційно-пошуковий метод, індукцію та дедукцію, метод суцільної вибірки. Ми застосовували також наступні спеціальні методи дослідження: метод лінгвістичного опису і спостереження, структурний метод, аналіз словникових дефініцій, лексикографічний та компонентний аналіз, контекстуально-інтерпретаційний метод, метод кількісних підрахунків, лінгвопрагматичний метод, зіставний метод.

Загальнонаукові методи:

1. Аналіз. Цей метод був використаний для обґрунтування теоретичних засад дослідження та опрацювання зібраного матеріалу. Поняття «неологізм» було розглянуто детальніше у процесі виокремлення його видів і окремого їх вивчення.

2. Синтез. За допомогою цього методу ми з'єднували компоненти складного явища з метою отримання нових знань. Так, ми виявили, що неологізмом може бути слово не тільки те слово, що володіє абсолютною новизною, але й та лексична одиниця, що була створена давно, але активно використовується в теперішній час, набула ще одного нового значення і характеризується відносною новизною.

3. Спостереження. Ми фіксували властивості та зв'язки неологізмів та оцінної лексики, які потім систематизували у таблиці. З'ясовували роль інноваційної лексики в медіа-дискурсі, спостерігаючи за кількісним використанням неологізмів у ЗМІ.

4. Інформаційно-пошуковий метод був використаний для опрацювання базових матеріалів, необхідних для подальшого аналізу англomовного та україномовного інноваційного вокабуляру. Крім того, метод слугував для формування матеріальної бази дослідження.

5. Описовий метод слугував для опису функціонування мови, особливостей комунікації, що виникають на синтаксичному та лексичному рівні, виокремлення нових лексичних одиниць, характерних для медіатекстів та пояснення особливостей їх будови, функціонування та механізмів утворення. У дослідженні ми виокремили морфологічний, семантичний та лінгвопрагматичний аспекти неологізмів і класифікували їх за:

- *способом словотворення – морфологічні та лексико-семантичні;*
- *вираженням емоційної оцінки.*

6. Метод дедукції. Дедуктивний метод полягає у послідовному розгортанні повідомлення і руху тексту від загального до часткового.

7. Метод індукції. Індуктивний метод потребує, щоб одиничне було таким, яке б ввійшло чи перейшло в загальне. Метод використовувався для формування висновків щодо особливостей утворення лексичних інновацій, також їх функціонування семантичних оцінних неологізмів у ЗМІ.

8. Метод суцільної вибірки застосовано для формування бази матеріалу дослідження.

Спеціальні методи:

1. Методи лінгвістичного опису і спостереження слугували для інвентаризації, систематизації, класифікації та інтерпретації структурних, семантичних і функціональних властивостей лексичних інновацій в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, що дало змогу сформувати корпус аналізованих одиниць.

2. За допомогою **аналізу словникових дефініцій, лексикографічного та компонентного аналізу** як окремих лінгвістичних методів визначено семантичну структуру лексичних інновацій.

3. **Структурний метод** у вигляді конкретних методик, а саме: дистрибутивного, трансформаційного та аналізу за безпосередніми складниками було застосовано при дослідженні лексичних інновацій для виділення моделей, за якими утворено досліджувані одиниці.

4. **Контекстуально-інтерпретаційний** метод дав змогу з'ясувати значення новостворених лексичних одиниць у процесі передавання конкретного змісту в медійному дискурсі. Крім лінгвістичного контексту, на значення слова, словосполучення чи речення впливають також ситуативно-мовленнєвий та етнокультурний контексти, і тому системне дослідження неможливе без урахування тих умов комунікації, що визначають зрушення в семантиці слів чи граматичних форм.

5. **Лінгвопрагматичний** метод досліджуваного різновиду дискурсу уможливив визначення стратегії й тактики, реалізацію яких забезпечують лексичні інновації.

6. Використання **кількісних підрахунків** дало змогу визначити частоту використання моделей словотвірної деривації, за якими утворені лексичні інновації

7. **Зіставний метод.** Шляхом зіставлення ми виявили збіг та розбіжності у процесі утворення неологізмів в порівнювальних мовах. Критерієм зіставного аналізу виступали словотвірні моделі.

Отже, для дослідження були використані як загальні, так і спеціальні методи. Усі обрані методи (див. Додаток А) слугували для всебічного та достовірного вивчення нашого об'єкта дослідження. Методи надають можливість ґрунтовно дослідити неологізми в обраних мовах, визначити особливості їх утворення та функціонування в медійному дискурсі. За допомогою контрастивного аналізу, що включає в себе застосування зіставного методу, виявленні спільні та відмінні риси в процесі становлення інноваційної лексики в українській та англійській мовах.

2.2. Методика аналізу інноваційної лексики із оцінним значенням у медіа-дискурсі

Кожне дослідження має методологію, яка інкорпорує певні методи і методики, засоби і прийоми. Вона становить систему наукових принципів (правил), які застосовуються в дослідженнях. Для досягнення мети курсової роботи ми застосували методи, характерні для досліджень у мовознавстві.

Методична процедура аналізу оцінної неологічної лексики охоплює п'ять основних етапів дослідження.

1. На *першому етапі* нашого дослідження ми розглянули термінологічну систему лексичної інновації.

Явище «неологізації» давно цікавить мовознавців та лінгвістів, отож було видано чимало праць пов'язаних із питанням «неологізму в мові». Не один мовознавець намагався надати дефініцію неологізму та виокремити основні його ознаки. Так, проблемами виникнення і функціонування неологізмів займалися такі українські мовознавці, такі як от Ю.Ковалів, З.Корнєва, О.Ликов, В.Лопатін, А.Янков та інші. Найбільших успіхів у розробці теоретичних і методичних питань неології досягли російські лінгвісти – В. Заботкіна, Н. Котелова, Є. Левашов, В. Сергєєв та ін. Практичним лексикографічними проблемами неологізмів займалися також англійські й американські лінгвісти: Дж.Альгео, Р.Байєн, Дж.Кенон, К.Куртлер, В.Лі, Дж.Сімсон та ін. На першому етапі дослідження ми використали загальнонаукові методи індукції і дедукції, аналізу і синтезу задля аналізу тієї, чи іншої структурно-семантичної особливості неологізму. На цьому етапі було розглянуто уже наявні дослідження нашого об'єкта, проаналізовано поняття «неологізм», визначено головні ознаки лексичної інновації, а також розглянуто і обрано класифікацію неологізмів від В. Заботкіної, якою ми послуговувалися в нашому дослідженні.

2. На *другому етапі* ми провели відбір лексичних інновацій з англійських та україномовних ресурсів.

Одиниці для аналізу обирались у два етапи: зі словників неологізмів англійської та української мов та англійського і україномовного медійного дискурсу, що відповідає меті дослідження – виявити лексичні інновації, основні способи їх

утворення та закріплення в мові, а також дослідити особливості функціонування оцінних неологізмів в ЗМІ ХХІ століття.

У нашій роботі орієнтиром щодо зарахування лексичних одиниць до новотворів та їх залучення в англомовний медійний дискурс стали фрагменти сучасних англомовних медіа в онлайн версіях, що виходили впродовж 2005-2022 років.

Фрагменти англомовного та україномовного дискурсу останніх 20-ти років слугували матеріалом дослідження в нашій роботі, оскільки мова ЗМІ є динамічною, вона одна із перших фіксує зміни в мові і активно використовує лексичні інновації, які є об'єктом нашого дослідження. Використання неологізмів у медіа-дискурсі вказує на їхню актуальність, а також дієвість та ефективність у виконанні функцій ЗМІ. Медіатексти насичені новими лексичними одиницями, оскільки вони допомагають об'єктивно оцінити зміни у житті людей, висвітлити останні важливі події у світі, охоплюючи всі сфері життєдіяльності: медицину, економіку, політику, спорт, мистецтво, бізнес тощо.

Під час відбору слів з англомовних та україномовних ресурсів ми керувалися такими ознаками як новизна слова (абсолютна або відносна) та наявність оцінного значення (див. Додаток Г). Якщо слово було обрано з медіа-дискурсу, новизну слова перевіряли за допомогою англійських та українських словників, які містять інформацію про перші випадки використання слова у публікаціях.

Так, англійське слово "*perseverance*", на перший погляд, не є неологізмом, оскільки його часто можна побачити у художніх книгах чи газетах, почути з екранів телевізора. Дійсно, англомовний словник "*Collins Dictionary*" зазначає, що слово використовувалося ще в ХVІІІ ст, а у ХІХ ст. набуло широкого вжитку. Та попри це, у ХХІ ст. слово "*perseverance*" стає неологізмом через видозміну свого значення. Лабораторія реактивного руху виготовила марсохід для використання у місії НАСА «Марс 2020» і назвала його "*Perseverance*". Багато людей спостерігало за розвитком місії, крім того ЗМІ активно висвітлювали усі можливі деталі про місію, тому це слово як назва марсоходу набуло широкого вжитку. "*Cambridge dictionary*" навіть обрали "*perseverance*" словом 2021 року. Свій вибір вони пояснили тим, що "*perseverance*"

є не тільки словом року через кількість пошуків в словниках чи згадок у ЗМІ, але воно відображає незламну волю людей у всьому світі ніколи не здаватися, незважаючи на численні виклики 2021 року. Таким чином, цей неологізм входить у вибірку, оскільки відповідає критерію відносної новизни, а також має мейоративне оцінне значення, оскільки використовується не тільки як найменування продукту науково-технічного прогресу, але і позначає важливість розвитку людства в різних життєвих умовах.

3. На *третьому етапі* лексичні інновації було систематизовано відповідно до способів їх утворення та оцінного значення.

Лексичні інновації англomовного медійного дискурсу початку ХХІ століття досліджують за допомогою методу компонентного аналізу, при якому складники лексичних інновацій, утворених за моделями словотвірної деривації, використовують для визначення шляхів модифікацій та трансформацій слів. Слідження моделей відбувається розподіл лексичних інновацій за тематичними сферами позначення реалій дійсності, що базується на семантичному та контекстуальному аналізах та має на меті визначити значення лексичних одиниць. Особливу увагу приділяємо аналізу семантичних характеристик нових слів. Оскільки у структурі слова виявляється сполучуваність словотворчих компонентів та їхнє семантичне наповнення, то для встановлення значення виділених лексичних інновацій використовуємо аналіз словникової дефініції, поданий у тлумачних словниках, що розкриває контекстуальне зображення конкретної ситуації. Було проаналізовано найпоширеніші способи утворення неологізмів, наочно доказуючи це прикладами із лексикографічних джерел та ЗМІ. Неологізми, утворені на тлі російсько-української війни ми виділили в окрему таблицю. Значення таблиця включають: вид неологізму, неологізм, приклад вживання у ЗМІ та його оцінне значення. Після заповнення таблиці, ми виявили, що більшість неологізмів наділені пейоративним оцінним значенням.

4. На *четвертому етапі* здійснено лінгвопрагматичний аналіз відповідно до якого визначено особливості репрезентації і функціонування лексичних інновацій в англomовному та україномовному медійному дискурсі початку ХХІ століття.

Зробивши вибірку неологізмів з лексикографічних джерел, ми досліджували їх функціонування у медіа-дискурсі. Мова медіа насичена інноваційною лексикою, оскільки ЗМІ невпинно слідкують за розвитком подій у світі і намагаються якомога швидше донести останні новини кожному читачу чи глядачу. Щоб привернути увагу людей, ЗМІ використовують найрізноманітніші методи серед яких є використання оцінної лексики. Ми звернули увагу на те, що мікс лексичної інновації та оцінної лексичної одиниці часто вживається у заголовках новин різноманітних служб новини. Для прикладу, дослідження функціонування лексичної інновації в ЗМІ відбувалося таким чином: ми виявили неологізм *“coronapocalypse”* у словнику *“Urban dictionary”* і шляхом уже зворотного пошуку (пошук статей із обраним словом) побачили використання цього слова у медіа. Американське видавництво *“DeseretNews”*, щоб описати ситуацію, а також поведінку людей у період загострення пандемії Covid-19 вживає слово *“coronapocalypse”* – *“Coronapocalypse: Americans starts panic-buying and the scenes are wild”*. Ми бачимо, що ЗМІ оцінюють поведінку людей в надзвичайній ситуації, використовуючи створений шляхом телескопії неологізм *“coronapocalypse”* через аналогію ймовірних дії людей під час апокаліпсису. Аналізуючи цей заголовок, ми також виділяємо неологізм *“panic-buying”*, який містить в собі оцінне значення, а отже є об’єктом нашого дослідження. У ЗМІ цей неологізм використовують, щоб показати особливість шопінгу під час пандемії.

Оскільки кожна лексична інновація проходить стадії соціалізації та лексикалізації, ми спостерігали за цими процесами, аналізуючи фактори, що прискорюють чи уповільнюють соціалізацію чи лексикалізацію нової лексичної одиниці. Для аналізу ми послуговувалися записами словників щодо частотності вживання слова, а також їхніми обраними «словами року». Таким чином, нове слово *“Brexit”*, яке активно використовувалося у ЗМІ з 2016 року, через що було визнано «Словом 2016 року» за версією *“Collins Dictionary”*, поступово втрачало свою популярність і в 2020 році було майже повністю витіснено іншими популярними словами. Ми брали до уваги статистику Оксфордського корпусу англійської мови, що демонстрував наочно частотність вживання слів продовж певного періоду часу. Незважаючи на те, що офіційно Велика Британія вийшла з ЄС 1-го лютого 2020 року,

слово не так часто використовувалося людьми, оскільки в цей час активно проходило стадію соціалізації нове слово – “*coronavirus*”.

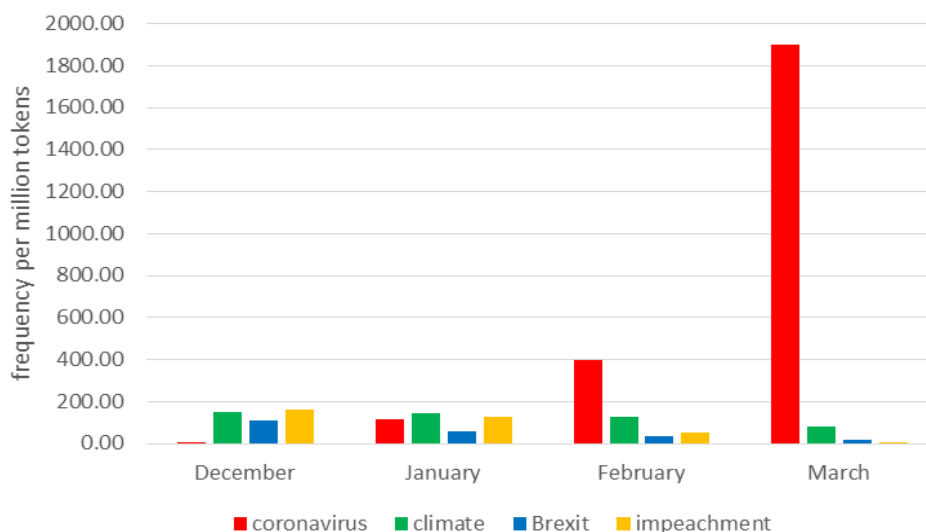


Рис. 2.1. Частота вживання слів “*coronavirus*”, “*climate*”, “*Brexit*”, “*impeachment*” в Оксфордському корпусі англійської мови в період з грудня 2019 року по березень 2020 року.

Безперечно, на процес соціалізації впливає важливість події з яким пов’язане нове слово, висвітлення подій засобами масової інформації із вживанням цього слова, а згодом переймання лексичної інновації звичайними людьми для повсякденної комунікації.

5. На *п’ятому етапі* визначено кількісні характеристики лексичних інновацій у сучасному англійському та українському медійному дискурсі. Залучення елементів кількісного аналізу об’єктивує отримані результати та визначає частотність використання досліджуваних видів неологізмів та способів їх утворення. Етап обробки отриманих даних, який у нашій роботі передбачає використання кількісних показників і відсоткових розрахунків, дає підстави виокремити основні словотвірні моделі неологізмів, визначити найпопулярніший вид неологізмів та виявити співвідношення в мовах мейоративних та пейоративних неологізмів.

Отже, методика комплексного аналізу оцінних неологізмів передбачає використання низки спеціальних та загальнонаукових методів і прийомів, які допомагають дослідити створення та функціонування інноваційної лексики в англійському та українському дискурсі. В нашому дослідженні такі загальнонаукові методи як аналіз і синтез, дедукція і індукція, опис були використані

для аналізу неологізмів, їх словотвірних моделей та оцінної лексики , а спеціально наукові методи (метод лінгвістичного опису і спостереження, структурний метод, аналіз словникових дефініцій, лексикографічний та компонентний аналіз, контекстуально-інтерпретаційний метод, метод кількісних підрахунків, лінгвопрагматичний метод, зіставний метод) для аналізу оцінного неологізму в медіа-тексті, виявлення та порівняння різних видів неологізмів в досліджуваних мовах , а також чинників, що впливають на соціалізацію та лексикалізацію нового слова.

РОЗДІЛ 3

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА СПЕЦИФІКА ОЦІННИХ НЕОЛОГІЗМІВ СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ У МЕДІА-СФЕРІ

3.1. Словотвірні моделі оцінної неологічної лексики

Інноваційна лексика як в англійській, так і в українській мові, головним чином, утворюється шляхом словотвірних операцій та переосмисленням уже існуючих в мові лексичних одиниць. Основними морфологічними способами утворення неологізмів є афіксація, скорочення, словоскладання та телескопія. На рівні з ними використовується лексико-семантичний спосіб, мета якого використати уже наявну в мові одиницю і наділити їй новим значенням.

1. Афіксація

Більшість слів як в українській, так і в англійській мові утворюються за допомогою словотворчих афіксів. До твірної основи приєднуються префікс та/або суфікс. Саме цей спосіб словотвору є найбільш продуктивним. Варто зазначити, що за допомогою певних суфіксів та префіксів формуються слова з оцінним значенням. Найбільш часто використовуваними префіксами в англійській мові для утворення оцінної інноваційної лексики є:

- Негативні префікси: anti- (“*anti-like*”, “*anticippointment*”, “*anti-nutrients*”, “*antifa*”, “*anti-spam*”), un- (“*unbuyable*”, “*unmarriable*”);
- Заперечні префікси, що позначають зворотну дію: de- (“*deshopper*”, “*deplatform*”), та dis- (“*disattention*”, “*disintermediation*”);
- Префікси-інтенсифікатори multi- (“*multigenerational activity*”, “*multitasker*”, “*multislacking*”, “*multiracial*”); super- (“*superinfector*”), hyper- (“*hypercar*”, “*hyperbeast*”, “*hyperdating*”).
- Префікс cyber-, що позначає людей та їх діяльність в сфері інформаційних технологій – “*cyberbusiness*”, “*cyberaddict*”, “*cyberbullying*”, “*cyberpunk*”.

У медіа бачимо таке використання згаданих слів:

“*South Korea under pressure to crack down on cyberbullying after high-profile deaths*” [52];

*“Super **infectors**’ & healthcare workers getting infected: Here’s how it played out during SARS”* [44];

*“**Anti-nutrients** – they’re part of a normal diet and not as scary as they sound”* [57].

Неологізми-іменники утворюються за допомогою таких суфіксів як:

- Суфікс **-ism** утворює іменники, що означають абстрактні поняття, дії, процеси, їхні результати, а також течії та напрямки в мистецтві, науці, політиці, релігії тощо. Наприклад, *“**hacktivism**”* (використання комп’ютерів та комп’ютерних мереж для просування політичних ідей), *“**slacktivism**”* (термін, що відображає загальноприйнятні дії на підтримку соціальної ініціативи, які не мають практично ніякого значення), *“**ableism**”* (форма дискримінації людей з обмеженими фізичними можливостями чи психічними розладами). Наведемо приклади вживання у медіа:

*“Ukraine war sparks revival of **hacktivism**”* [49];

*“In fashion, **ableism** can no longer be excluded from the diversity and inclusion conversation”* [46].

Цей суфікс активно використовується для позначення політичної діяльності відомих президентів і з додаванням суфіксу описується політична ідеологія або стиль державного правління, якому слідував певний політик. Наприклад, *“**Trumpism**”* (політична ідеологія, політичний рух, пов’язаний з 45-м президентом США, Дональдом Трампом і його політичною базою), *“**putinism**”* (соціальна, політична та економічна система росії, що склалася за часів політичного керівництва володимира путіна). У ЗМІ такого роду терміни часто використовуються, наприклад:

*“**Trumpism** without Trump: Maybe he’s beginning to fade — but the danger to democracy isn’t”* [42];

*“Lithuanian foreign minister says Ukrainian victory in war must end **putinism**”*[59].

- Суфікси, що вказуються на особу, що виконує певну дію або на професію людини: **-nik** – *“**ifnik**”* (той, чиє життя, звички та мислення побудовані умовно), *“**meetnik**”*(людина, яка любить зустрічі та всілякі заходи і намагається відвідувати якомога більше з них), **-ist** – *“**actorvist**”* (зірковий активіст), **-er** – *“**sponger**”* (той, хто живе за рахунок інших, користуючись щедрістю інших), *“**tagger**”* (міський графіті-

райтер). Ці слова є здебільшого сленговими і не дуже часто зустрічаються в традиційних ЗМІ, зазвичай їх можна побачити у соціальних мережах.

- Суфікси, що утворюють іменники: -dom – “*fandom*” (спільнота людей об’єднанні єдиним інтересом), “*officialdom*” (використовується для позначення тих людей, які мають владу, особливо в уряді, але працюють повільно чи неефективно), -cide (позначає акт вбивства чи руйнування) – “*femicide*” (вбивство жінки через її стать), “*religicide*” (вбивство людини через її релігійні переконання), “*ecocide*” (масове знищення рослинного та тваринного світу, вчинення дій, що можуть спричинити екологічну катастрофу). Приклад у ЗМІ:

“*The minister stated that over 250 cases of ecocide have been recorded in Ukraine during four months of war*” [59].

- Демінутивні суфікси -y, -ie , що формують зменшено-пестливі форми слова. Усі слова утворенні за допомогою цих суфіксів входять до оцінної лексики, оскільки їх вживання одразу показує ставлення мовця до свого співрозмовника або до особи чи предмета про який йде мова. Наприклад, “*gamie*” (друг, товариш по відеоіграх), “*postie*” (пестлива форма до слова “*postman*”), “*buddy*” (кращий друг, також вживається до домашніх улюбленців). Наприклад:

“*Postie from York runs and walks 62 miles in less than 24 hours*” [61].

За допомогою суфіксів також утворюються прикметники та дієслова. Так, суфікс -ize використовується для утворення дієслів, наприклад: “*to weaponize*”, “*to vectorize*”, а суфікси -ous, -ly, -able, -ish формують прикметники, наприклад: “*adorkable*”, “*moblivious*”, “*actorly*”, “*hungrish*”. Приклад у ЗМІ:

“*False and misleading’: Reuters flags trolls who weaponize 2022 Digital News Report*” [59].

В українській мові афіксація є також продуктивним способом утворення нових слів. Продуктивними префіксами є анти- («*антитерористичний*», «*Антимайдан*», «*антиглобаліст*»), про- («*проєвропейський*», «*провладний*»), пост- («*постполітика*», «*постправа*»), євро- («*євроінтеграція*», «*євроскептик*»), е- («*е-декларації*», «*е-навчання*»), де- («*декомунізація*», «*децентралізація*»), мікро- («*мікрокредитування*»),

гіпер- («гіпергероїзація»), онлайн- («онлайн-навчання»), супер- («супердержбанк»). В медіа-дискурсі такі слова часто вживаються, наприклад:

*«У Болгарії усунули уряд **антиросійського** прем'єр-міністра» [79];*

*«Британський **євроскептик** – це український єврооптиміст» [77];*

*«Для **мікрокредитування** в АПК пропонують спростити процедуру оформлення займу» [74].*

Суфіксальний спосіб теж визначається високою продуктивністю. За допомогою суфіксів найчастіше утворюються іменники, рідше прикметники та дієслова. Продуктивними суфіксами є -ець/-івець («майданівець»), ізм/изм («рашизм», «мультикультуралізм»), -фоб («українофоб»), -ство («кнопкодавство»), -ння («санкціонування»), -ський («ісламофобський»), -ійний («санкційний»), -ичний («аферистичний»), -ов(ий) («фейковий»), -ити («волонтерити» «донатити»), -увати («легітимізувати»). Наведемо приклади із ЗМІ:

*«Українські підлітки **волонтерять** онлайн, даючи людям надію та полегшення» [77];*

*«Смерть **кнопкодавству**. У Раді нарешті ввели сенсорну кнопку і камери стеження» [71].*

Важливе явище в українській мові, яке набуло ще більшої популярності за останні роки – це «фемінізація» слів. Було утворено чимало фемінітивів шляхом додавання до слова суфікса -к(а) та -иц(я). Прикладами слугують такі слова як: «програмістка», «офіцерка», «банкірка», «очільниця», «інтернетниця». Варто зазначити, що не усі фемінітиви можна утворити із додавання згаданих суфіксів, оскільки такі слова звучать досить недолуго. Наприклад, такі слова як «теоретиця», «космонавтикиня», «анатоминя» не вживаються, натомість краще сказати «жінка-теоретик», «жінка-космонавт», «жінка-анатом».

2. Словоскладання

Словоскладання є способом словотворення, завдяки якому утворено велику кількість слів англійської мови. У сучасній англійській мові це один з найбільш продуктивних способів словотворення. Факт того, що англійська мова є аналітичною,

пояснює існування досить великої кількості складних слів, які утворені без сполучних елементів і флексій. Наприклад: “*baby hunger*” (сильне бажання мати дитину), “*brainwork*” (активна розумова діяльність), “*job-hunt*” (пошук роботи), “*bone-head*” (нерозумний), “*lifestreamer*” (особа, що проводить трансляції в соціальних мережах), “*chat line*” (телефонна послуга, яка дозволяє абонентам брати участь у загальній розмові один з одним), “*indigo-collar*” (висококваліфіковані технічні працівники, робоче місце яких визначається високим ступенем автоматизації), “*environmentally-friendly*” (безпечний для природи). Як можна побачити з прикладів, слова не зазнають змін і за допомогою безсполучникового зв’язку формують одне складне слово. В українській мові цей спосіб також використовується. Наприклад, «комп’ютерупроороки», «інтернет-версія». Наведемо приклади вживання складних неологізмів в ЗМІ:

“*China censored a top **lifestreamer** on the eve of June 4. Now his fans are asking about the Tiananmen Square massacre*”[53]

“*Acton opens **environmentally-friendly** fire station of the future*” [53].

3. Телескопія

Телескопія полягає в зрощенні фрагментів лексичних одиниць або однієї лексичної одиниці з фрагментом другої. В англійській мові цей спосіб є продуктивним способом творення нових слів, як і словоскладання. Головною відмінною рисою телескопії від словоскладання є те, що при телескопії слова зазнають певних змін і відбувається зрощення. Прикладами є такі англійські слова як: “*frenemy*” (той, хто прикидається другом, але в будь-який момент може зрадити) – “*friend*” + “*enemy*”, “*sheeple*” (люди, які піддаються думці більшості) – “*sheep*” + “*people*”, “*stagflation*” (уповільнення основних процесів в економіці разом з підвищенням розмірів інфляції) – “*stagnation*” + “*inflation*”.

Наведемо приклади вживання згаданих вище слів в ЗМІ:

“*American Eagle is pitching a “**frenemy** network” of vertical logistics to its retail peers – and it is paying off*” [54];

*“Power to the **sheeple**: why common sense prevails despite COVID-19 uncertainty”* [54];

*“Worry about **stagflation**, a flashback to '70s begins to grow”*) [43].

Розглянемо більше прикладів: “deskfast” (сніданок за столом на роботі) – “desk” + “breakfast”, “carfast” (сніданок в машині) – “car” + “breakfast”, “cutensils” (“cute + “utensils”), “fabulash” (більш ніж просто неймовірний) – “fabulous + “lash”, “blizzaster” (дуже сильний снігопад) – “blizzard” + “disaster”.

Шляхом телескопії було створене слово “Brexit”(“British” + “exit”) для позначення процесу виходу Великої Британії з Євросоюзу. Вперше слово використали в 2012 році, а у 2016 році це слово було одним із найбільш вживаних у ЗМІ і через що отримало статус «Слово 2016 року» за версією “Collins Dictionary”. Цікаво те, що слово набуло такої популярності, що не обмежувалося тільки політикою. Було подано понад 18 заявок на торговельні марки із цим словом. Наприклад, німецька компанія запустила виробництво чаю під назвою “English Brexit Tea”. Таким чином, із активного використання у ЗМІ, слово набуло широко вжитку в повсякденному мовленні, а також почало вживатися в інших сферах. Варто зазначити, що цей неологізм зумовив появу і ще декількох нових слів, які сформували так званий “Brexicon”. Від слова “Brexit” суфіксальним способом були утворенні слова-іменники “brexiter” and “brexiteer” (прихильники ініціативи «Брекзиту») та прикметник “brexity”(характерний для «Брекзиту» або його прихильників). “Brexperts” – блендинг слів “Brexit” і “experts”, що позначає фахівців в питаннях «Брекзиту». “Brexiety” – неологізм утворений шляхом телескопії слів “Brexit” та “anxiety”, позначає занепокоєння британців з приводу виходу їх країни з ЄС. “Brextension” (“Brexit” + “extension”) означає продовження терміну, встановленого для виходу Великої Британії з Європейського Союзу.

Наведемо приклади вживання у ЗМІ:

*“London Fashion Week: Is UK fashion suffering from **Brexiety**?”* [44];

*“**Brextension**: UK lawmakers vote to seek delay of EU departure”* [44].

Окрім того, американський мовознавець Девід Крістал у слові “*Brexit*” вказує на продуктивність елемента “*exit*” і називає його суфіксом. Дійсно, за допомогою цього елемента утворилися слова “*Grexit*” (“*Greek*” + “*exit*”), “*Frexit*” (“*France*” or “*French*” + “*exit*”), “*Roexit*” (“*Romania*” + “*exit*”). Мовознавець зазначає, що нові суфікси в англійській мові виникають не дуже часто, попереднім прикладом перетворення самостійного слова у суфікс є “*-gate*” у слові “*Watergate*”. Слово “*Watergate*” хоч не є неологізмом ХХІ ст., але воно увійшло в політичний словник багатьох мов світу в значенні скандалу, що призводить до краху кар’єри глави держави. Останній склад у назві готелю “*-gate*” став суфіксом, що почав використовуватися для позначення нових скандалів, наприклад: “*Irangate*” при Рейгані, “*Monicagate*” при Клінтоні, “*Kuchmagate*” при Кучмі (про справу Гонгадзе), “*Panamagate*” (витік конфіденційної інформації юридичної фірми “*Mossack Fonseca*”). В Україні поняття набуло широкого вжитку в результаті політичного скандалу “*Wagnergate*”/«Вагнергейт» («Справа Вагнерівців»), пов’язаного з підозрою щодо зриву спецоперації українських спецслужб адміністрацією Володимира Зеленського. Приклад у ЗМІ:

“Inside Wagnergate: Ukraine’s Brazen Sting Operation to Snare Russian Mercenaries” [45].

В українській мові такий спосіб утворення неологічної лексики є менш продуктивним, але все ж у зміни такі слова використовуються. Наприклад, «глокалізація» («глобальний» + «локальний»), «промоція» («промоушн» + «акція»), «кучмономіка» («Кучма» + «економіка»), «веломобіль» («велосипед» + «автомобіль»). Наприклад:

«Чи буде в Україні промоція книгочитання європейською» [74];

«Аби допомагати переселенцям, у Маріуполі почав курсувати новий вид транспорту – триколісний електровеломобіль самотужки зібрало подружжя пенсіонерів, аби dopravляти допомогу нужденним» [74].

4. Скорочення

Скорочення – це процес зменшення кількості морфем у наявних словах або в словосполученнях без зміни їхнього лексико-граматичного значення. Унаслідок скорочення з'являється нова номінативна одиниця чи варіант вихідної одиниці. Один із найпоширеніших видів скорочення є аббревіація. Використання скорочень пояснюється тим, що значний обсяг інформації передається за допомогою меншої кількості знаків. Але аббревіатури можуть бути не всім зрозумілі, що ускладнює процес мовлення. В англійській мові за останні роки утворилися наступні слова-аббревіатури: AIBU (*Am I being unreasonable?*); YANBU (*You are not being unreasonable*); BLM (*Black Lives Matter*); FANG (*Facebook, Amazon, Netflix, Google*); FOMO (*Fear of Missing Out*); JOMO (*Joy of Missing Out*); B2B (*business to business*); ICYMI (*in case you missed it*); NSFW (*not safe for work*); TBT (*throwback Thursday*), FYI (*for your information*), EOC (*end of conversation*) [63]. Наведемо приклади скорочення в українській мові: «нацвідбір», «соцпакет», «постпродакшн», АТО («антитерористична операція»), ЗСЖ («здоровий спосіб життя»), ООС («операція об'єднаних сил»).

В медіа досить часто використовують скорочення, оскільки на телебаченні вони економлять ефірний час, а в статтях привертають більше уваги, наприклад:

“Two years on from **BLM** protests, business has declined at Black-owned bookstores” [42];

«В **ООС** розповіли, скільки **ЗСУ** на **Донбасі** відбили атак ворога і знищили техніку» [77];

«Apple-Map: з'явився трейлер першого у світі фільму про **ЗСЖ**-супергероїв, знятий українцем» [79].

Аналізуючи усі попередні способи словотвору, варто зазначити, що способи утворення неологізмів в українській та англійській мовах співпадають. Однак, відмінною рисою у створенні нових слів є використання конверсії. В англійській мові конверсія означає перехід слова з однієї частини мови в іншу без зміни його зовнішньої форми. Англійська мова є аналітичною, тобто їй не притаманне використання флексій. Слово, утворене внаслідок конверсії, є частковим омонімом

висхідного слова, у певних формах воно з ним співпадає. Сутністю цього способу є зміна синтаксичної функції слова. Прикладами конверсії є: “*a grin*” – посмішка та “*to grin*” – посміхатися, “*Amazon*” – онлайн-магазин та “*to amazon*” – скуплятися в магазині “*Amazon*”, “*Instagram*” – соціальна мережа і “*to Instagram*” – викладати щось в соцмережу, “*a butterfly*” – метелик та “*to butterfly*” – безтурботно гуляти. Українській мові такого роду конверсія невластива. Для того, щоб перетворити слово з іменника у дієслово використовуються певні суфікси. Наприклад, від слова «вчитель» за допомогою суфікса «-увати» утворюється дієслово «вчителювати». Однак, такий спосіб є непродуктивним та властивий українській мові.

Отже, лексика англійської та української мов активно розвивається і кожна мова збагачується утворення нових слів. Основними продуктивними способами словотворення в сучасних англійській та українській мовах є афіксація, словоскладання, скорочення і телескопія. Найпродуктивнішим є афіксація, а найменш продуктивним є скорочення. Відмінною рисою у словотворі неологізмів є використання конверсії в англійській мові. Українська мова не використовує безафіксний спосіб перетворення іменника в дієслова і навпаки. Зрештою, усі неологізми, безперечно, вважаються важливою особливістю мови, допомагають розвивати і сприяють її унікальності.

3.2. Тематичні групи неологічної лексики

3.2.1. Лексико-семантичні групи оцінних неологізмів сфери повсякденного життя людей

Використання неологізмів повсякденного життя людей у дискурсі ЗМІ є яскравим і ефективним способом вираження оцінки, оскільки неологізм містить у собі референт, а також показує ставлення мовця до цього референта. Неологізми використовують журналісти для цілісного опису події. Крім того, неологізми дозволяють точно описати всі процеси і явища, що відбуваються в суспільстві, яке постійно змінюється. Нові мовні засоби використовуються із певною ціллю і покликані виконувати комунікативну та інформативну функції, що найбільш характерні для публіцистичних текстів.

Неологізми можуть позначати будь-які явища з повсякденного життя людей. Наприклад: “*When choosing in-ear headphones it can be hard to differentiate between the products*”[74]. Неологізм “*in-ear headphones*” є змішаним утворенням, що складається з різних частин мови, зокрема слово містить англійський прийменник “*in*”, англійські іменники “*ear*” та “*headphones*”. Тобто, мається на увазі навушники, які кріпляться на голову за допомогою каблучка. Компоненти *in-ear* допомогли читачам зрозуміти, що неологізм *in-ear headphones* описує сучасні навушники, які встромляються прямо в вушні проходи. Фраза має нейтральну конотацію та номінативну функцію; вона описує продукт, допомагаючи читачам скласти принаймні основне уявлення про його характеристики.

Неологізм “*ridesharing*” означає «групові поїздки (автомобілем)». В наведеному прикладі слово має позитивну конотацію, бо означає, по-перше, один зі шляхів розвитку компанії (наприклад, “*Uber*”, “*Lyft*”, “*Bolt*”), по-друге – сучасний тренд колективного споживання. Зокрема, вважається, що групові поїздки на автомобілі допомагають знизити кількість автомобілів на вулицях і, отже, сприяють збереження навколишнього середовища. Функція неологізму у цьому випадку – номінативна: привернути увагу людей до сучасної суспільно корисної тенденції, що розповсюджується Європою.

Неологізм “*Veggie-Day*” є новою лексемою. Обидва елементи неологізму є англійськими словами. Аналізований неологізм може демонструвати варіювання слова *Veggie Day/ Veggeday*, неологізм вживається в обох варіантах. Отже, він має такі графічні модифікації: написання окремо, обидва елементи з великої літери / написання разом з великої літери. Іменник “*Veggie-Day*” утворено словоскладанням від англійського прикметника “*Veggie*” та англійського іменника “*Day*”. “*Veggie*” як частина неологізму “*Veggie-Day*” є прикметником зі значенням «овочевий», «вегетаріанський». Друга частина неологізму “*Veggie-Day*” – “*Day*” є англійським іменником і означає «день». Отже, неологізм “*Veggie-Day*” буквально перекладається як «овочевий день», «вегетаріанський день», «день без вживання м’яса в їжу». Неологізм був утворений через те, що з метою підвищення рівня інформованості населення про переваги вегетаріанської дієти для здоров’я людини і екології взагалі,

для пропаганди здорового харчування один раз на тиждень в їдальнях та ресторанах пропонується вегетаріанське меню. Поряд з функцією називання неологізм виконує емоційно-оцінюючу функцію. Неологізм “*Veggie-Day*” має позитивну конотацію, бо пов’язаний з інформуванням про здорове харчування, покращення екології і в цілому вегетаріанство в останні роки все більш позитивно сприймається у англійських країнах.

На першому етапі досліджувалися англійські оцінні неологізми. Для того, щоб виокремити певні семантичні групи неологізмів, було проаналізовано статті 2022 року англійського публіку “*The Guardian*”. Ми виділили наступні лексико-семантичні групи оцінних неологізмів повсякденного життя людей у ЗМІ:

I. Неологізми виробничої сфери (інноваційні вироби та інноваційні технології).

II. Неологізми військової сфери.

III. Неологізми сфери ЗМІ.

IV. Неологізми сфери «Психологія».

V. Неологізми сфери «Здоров’я».

VI. Неологізми побутової сфери (одяг, мода та стиль життя).

VII. Неологізми фінансової сфери.

VIII. Неологізми політичної сфери (політичні організації, політичні погляди та політичні події).

IX. Неологізми соціальної сфери (заклади та безпека дорожнього руху).

Отже, розглянемо їх докладніше.

I. Неологізми виробничої сфери (10 %). Група включає такі субгрупи:

Інноваційні вироби (5%), наприклад: “*quadcopter*” (квадрокоптерний) та **інноваційні технології (5%),** наприклад: “*kanban*” (вивіска).

II. Неологізми військової сфери (5 %), наприклад: “*mano-a-mano*” буквально: «рука в руці», у контекстуальному значенні «врукопашну».

III. Неологізми сфери ЗМІ (5 %), наприклад: “*Hromadske*” – новинне агентство «Громадське».

IV. Неологізми сфери «Психологія» (5%), наприклад: “*stampede*” – панічна втеча людей.

V. Неологізми сфери «Здоров'я» (5%), наприклад: *“novel coronavirus pneumonia”* – нова коронавірусна пневмонія.

VI. Неологізми побутової сфери (15 %). Група включає такі субгрупи: **одяг та мода (10%),** наприклад: *burkini* – буркіні; *hijab-line* – лінія випуску хіджабів для занять спортом фірми “Nike” та **стиль життя (5%),** наприклад: *hygge* – хюгге.

VII. Неологізми фінансової сфери (15 %), наприклад: *“abenomics”* – абеноміка; *“petrodollars”* – петродолари, *“the Proekt”* – проект (назва інвестиційного сайту).

VIII. Неологізми політичної сфери (25 %). **Політичні організації (5%),** наприклад: *“Right Sector”* – Правий сектор. **Політичні погляди (10%),** наприклад: *“integrationsverweigerer”* – противники євроінтеграції. *“Je Suis Charlie”* – «Я – Шарлі».

8.3. Політичні події (10%), наприклад: *“Maidan”* – «майданна». *“Revolution of Dignity”* – Революція гідності.

IX. Неологізми соціальної сфери (15 %). **Заклади (5%),** наприклад: *“libreria”* бібліотека. **Безпека дорожнього руху (10%),** наприклад: *“blitz-marathon”* – блиц-марафон; *“combat cyclist”* – буквально: бойовий велосипедист, у значенні безвідповідальний велосипедист.

Таким чином, досліджуваний матеріал газети “The Guardian” дозволив виділити 9 лексико-семантичних груп неологізмів, і деякі із них містять субгрупи. Як бачимо з наведеного матеріалу, серед неологізмів повсякденного життя багато запозичень, зокрема, запозичення з італійської, японської, німецької та інших мов. Достатньо велика кількість серед них запозичень з української мови обумовлена стійким інтересом до суспільно-політичного життя в Україні.

Було здійснено аналіз для визначення частотності англійських оцінних неологізмів, що належать до різних лексико-семантичних груп. Результати аналізу наведено на діаграмі на Рис. 3.1.

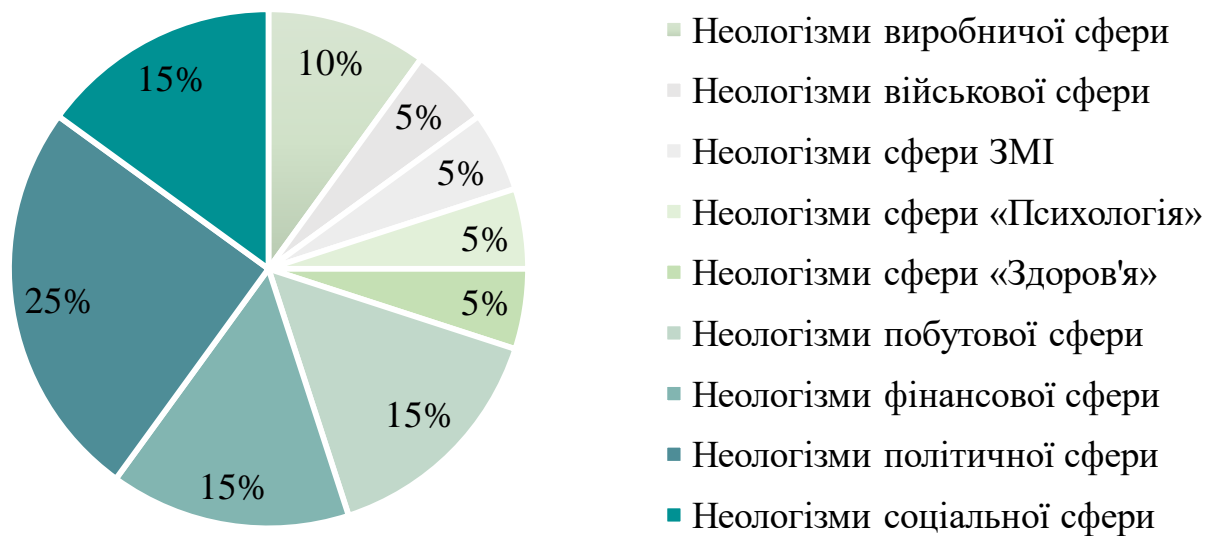


Рис. 3.1. Частотність функціонування англійських оцінних неологізмів повсякденного життя людей у ЗМІ, %

З рис. 3.1 можна зробити висновок, що найчастотнішою лексико-семантичною групою англійських оцінних неологізмів повсякденного життя людей у ЗМІ в досліджуваному матеріалі є група «Неологізми політичної сфери» (25 %). Середню частотність продемонстрували неологізми груп «Неологізми соціальної сфери», «Неологізми фінансової сфери», «Неологізми побутової сфери» (по 15% у кожній групі) та «Неологізми виробничої сфери» (10 %). Найрідше у досліджуваних ЗМІ зустрічаються неологізми, що належать до груп «Неологізми військової сфери», «Неологізми сфери ЗМІ», «Неологізми сфери «Психологія» та «Неологізми сфери «Здоров'я» (по 5 % у кожній групі).

Розглянемо тепер лексико-семантичні групи українських оцінних неологізмів.

1. Неологізми сфери інформаційних технологій (28% з досліджуваних одиниць): «*апдейт*», «*хостинг*», «*подкаст*», «*відеореєстратор*», «*гуглофон*», «*нанокомп'ютер*», «*нанороботи*».

2. Неологізми на позначення машин і механізмів (4%): «*квадрокоптери*», «*дрони*».

3. Неологізми сфери суспільного життя (8%): «*етнократія*».

4. Неологізми зі сфери економіки (12%): «*білінг*», «*овернайт*», «*андеррайтери*».

5. Неологізми зі сфери спорту (16%): «Асгарда», «корфбол», «снукерист», «вейкборд».

6. Неологізми сфери «Здоров'я» (20%): «каністерапія», «дельфінотерапія», «іпотерапія», «учені-кріологи», «гіпонатріємія століття».

7. Неологізми сфери «Дозвілля» (12%): «технотрилер», «горор», «дабстен».

Було здійснено аналіз для визначення частотності українських оцінних неологізмів, що належать до різних лексико-семантичних груп. Результати аналізу наведено на діаграмі на Рис. 3.2.

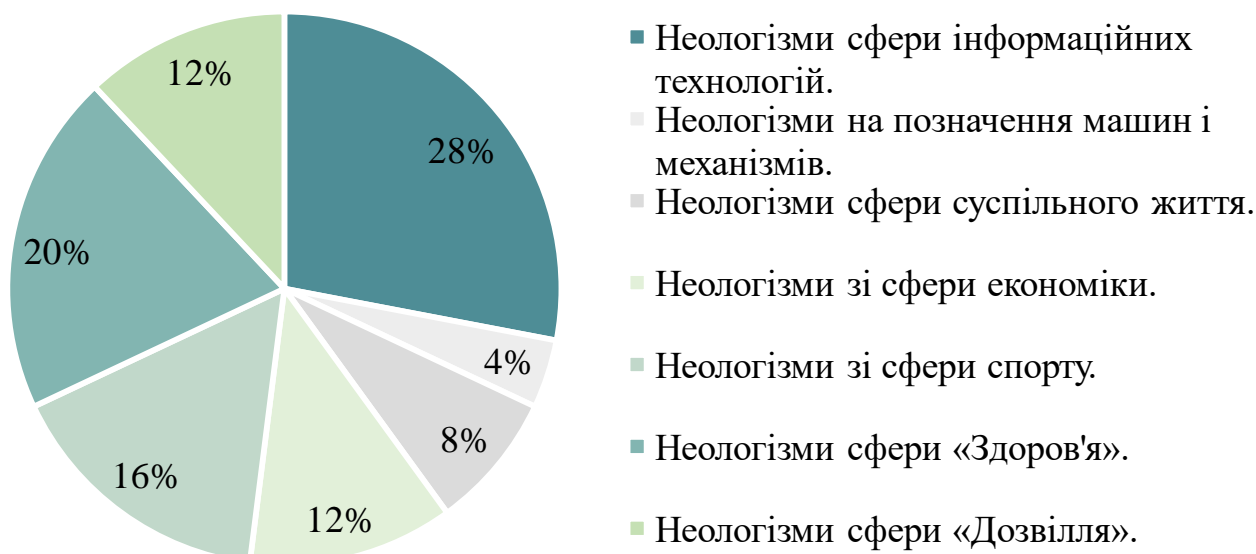


Рис. 3.2. Частотність функціонування українських оцінних неологізмів повсякденного життя людей у ЗМІ, %

З рис. 3.2 можна зробити висновок, що серед українських неологізмів у ЗМІ найбільш частотними є неологізми сфери інформаційних технологій (28%). Середню частотність продемонстрували неологізми сфери «Здоров'я» (20%), неологізми сфери спорту (16%), а також неологізми сфери «Дозвілля» та «Економіка» (по 12%). Рідко зустрічаються неологізми сфери суспільного життя (8%). У поодиноких випадках трапляються неологізми на позначення машин і механізмів (4%).

Якщо порівняти дані діаграм 3.1 та 3.2, можна визначити спільні та відмінні риси у лексико-семантичних групах англійських та українських оцінних неологізмів повсякденного життя людей.

Розглянемо спершу спільні риси. В обох мовах присутні неологізму суспільно-політичної сфери, сфери здоров'я, фінансово-економічної сфери, а також сфери інформаційних інноваційних технологій. Однак частотність їх представлена неоднаково. Так, політичні неологізми представлені в англійському матеріалі у 25% випадків, до того ж, від них виокремлюються суспільні, а в українському матеріалі суспільно-політичні неологізми разом склали 8%. Близькі за частотністю неологізми фінансово-економічної сфери (15% в англійському матеріалі, 12% – українському).

Щодо відмінних рис, то спостерігаємо більше лексико-семантичних груп в англійському матеріалі (9), ніж в українському (7). До того ж, лише українському матеріалу властиві такі групи, як неологізми сфери дозвілля, неологізми сфери спорту та ін.

Незважаючи на те, що в традиційних засобах інформації частіше зустрічаються неологізми з політичної сфери або з сфери інноваційних технологій, соцмережі та месенджери виступають осередком появи неологізмів з соціальної сфери життя людей. Велика кількість неологізмів, що вперше використовується в соціальних мережах пов'язані з побутом, характером та зовнішністю людей, останніми трендами та подіями в світі. Покоління Z в свою чергу відіграє важливу роль у створенні неологічної сленгової лексики. Таким чином, за останні двадцять років в англійському середовищі набули популярності такі слова як “cheugy”, “mukbang”, “low-key”, “blag”, “side hustle”, поповнився список аббревіатур для ведення переписки онлайн, видозмінилися певні англійські вигуки та добавилися нові, а також неологічними стали цілі вирази та синтаксичні конструкції.

Детальніше розглянемо сленгові слова із оцінним значенням за частинами мови, до яких вони відносяться. Мабуть, найбільше оцінних слів є саме прикметники, які слугують для опису та оцінки певних характеристик людей. Наведемо кілька прикладів неологічних прикметників:

“Cheugy” є антонімом слова “trendy”. Це сленгове слово вперше було вжито в 2013 році. Оцінне значення його є пейоративним, оскільки вживається аби висловити негативну думку щодо дії особи, яка все ще слідує старим трендам (“a cheug” – іменник, утворений від прикметника “cheugy”). Із пейоративним значенням є також

такі слова як “*gutted*” – дуже набридливий, “*pissed off*” – розлючений, “*anorak*” – дуже нудний (про людину), “*naff*” – неякісний.

“*Adorkable*” складається зі слів “*adorable*” і “*dork*” та описує людину, яка є милою та симпатичною завдяки своїй незграбності та незвичним інтересам. Комбінація слів із різним оцінним значенням (“*adorable*” містить меліоративне значення та “*dork*” з пейоративним відтінком) в результаті дає все ж позитивну конотацію і вживається, щоб радше зробити комплімент людині, а не образити її.

“*John Krasinski’s transformation from the office’s adorkable Jim to action star has been a long time coming*”[50].

Наведемо ще кілька прикладів сленгових прикметників, що вживаються як комплімент людині з огляду на її зовнішній вигляд: “*snatched*” – неймовірний (виглядати чудово), “*slay*” – синонім фрази “*best of the best*” (просто найкращий), “*snack*” – сексуально привабливий, “*sic*” – класний або крутий, “*Gucci*” – дуже модний. Говорячи про річ, яка є бездоганною або про подію, яка припала до душі, вживають такі слова, як “*bussin*” – дуже хороший, незрівняний або “*lit*” – захоплюючий, неймовірний.

“*Woke*” – сленгове слово, що вживається як прикметник «добре проінформований» або «просвітлений». Це слово використовують в контексті соціальних проблем США, зокрема расової дискримінації та упередження. У соцмережах перед виборами слово зустрічалося у сполученні зі “*stay*” та хештегом, тобто #*StayWoke*, що закликало людей із відповідальністю ставитися до виборчого процесу та добре вивчити виборчі програми кандидатів, щоб зробити свій вибір свідомо.

Серед оцінної неологічної лексики повсякденного життя є чимало іменників. Наприклад: “*situationship*” – слово, що характеризує етап відносин між юнаком та дівчиною, які все ще не є серйозними, але вже недружні, “*mukbang*” – слово, що найменує процес поїдання їжі на камеру із усіма звуками, які утворюються під час нього (чавкання, сьорбання тощо), “*side hustle*” – додаткова робота, “*shrinkflation*” – слово, що характеризує ситуацію, коли ціна на продукт залишається тією ж, але

зменшується розмір продукту, бачимо наступний приклад вживання цього слова у заголовку служби новин:

“Shrinkflation of groceries growing during high inflation” [53]

Слово *“the blueprint”* є іменником в англійській мові, хоча української йому відповідає прикметник «ідеальний». Оцінне значення цього неологізму є меліоративним, оскільки характеризує особу позитивно, підкреслюючи бездоганність дій та відсутність недоліків в зовнішності чи характері.

Серед сленгових іменників виділяємо декілька з пейоративним оцінним значенням: *“screwball”* – телепень, *“twit”* – дурень, *“cringe”* – почуття сорому за вчинки інших.

Оцінне значення словосполучення *“main character”* можна зрозуміти тільки в контексті. Воно може бути наділений меліоративним значенням, характеризуючи людину, яка вирізняється неймовірним зовнішнім виглядом або розумовими здібностями, або ж навпаки, за поганий вигляд або недолугість, що привертає увагу інших, людину саркастично можуть назвати *“main character”*.

Значну частину сленгових слів займають дієслова. Оцінними неологізмами-дієсловами є такі слова як *“to blag”* – говорити переконливо (показує стиль говоріння та містить меліоративну оцінку) та *“to balb”* – говорити, розкриваючи секретну інформацію (теж використовується, що описати стиль говоріння, але містить пейоративну оцінку). *“To skive”* – пропускати роботу, «халявити», *“to stan”* є синонімом до словосполучення *“to be a fan of”*, оцінне значення його є радше пейоративним, оскільки слово позначає одержимість шанувальника певною знаменитістю; *“to vibe”* – насолоджуватися слуханням музики або танцем під сучасні музичні треки та передавання почуттів чи атмосфери дійства іншим людям; *“to ghost”* – завершити відносини з іншою людиною, при цьому повністю зникнувши з її життя (як привид), наприклад: *“Woman ghosted her school boyfriend, 17 years later they reconnected”* [53]; *“to rack out”* – лягати спати, *“to quarterback”* – вести чи організувати зустріч (слово перейшло із сфери спорту, оскільки вживається в американському футболі, коли гравець отримав м'яч на початку гри і намагається перенести його самостійно через все футбольне поле).

“*Ate that*” – синонімом є вираз “*nailed it*”, що означає виконати хорошу роботу, гарно справитися із поставленим завданням. “*Sending me*” – неологічний вираз, що дозволяє висловити емоції неймовірного сміху від побаченого чи почутого. Наприклад: “*I watched the video you’d sent me yesterday. **That sent me!***”. У наведеному прикладі дієслово “*send*” вживається двічі, але перше є денотативним і позначає процес надсилання повідомлення, а друге є конотативним і виражає позитивні емоції людини.

Неологічним є вживання звичних слів у скорочення формі. Так, замість повного англійського слова “*totally*” у соцмережах можна побачити неологічне “*totes*”, замість “*outfit*” просто “*fit*”, “*sussy*” або “*sus*” є більш вживаним скороченням слова “*suspicious*”, а замість повного слова “*opponent*” зустрічаємо просто “*opp*”. Під час ведення неформальної переписки часто використовують неологічне скорочення “*amirite*” аби зекономити час і не писати довге словосполучення з пробілами “*am I right*”. На відміну від української мови, в англійській дуже часто вживаються у спілкуванні абрєвіатури. Неологічними є такі скорочення як: “*WAY*” – where you at?, “*ICYMI*” – in case you missed it, “*FWIW*” – for what it is worth, *G.O.A.T* – greatest of all time. Згадані скорочення та слова є утвореннями зумерів, які популяризують їх вживання у соціальних мережах. Використання цих слів є не властиве у традиційних ЗМІ.

Серед новоутвореннях останнього десятиріччя виокремлюємо вигуки. Новими є вживання вигуків таких як: “*YAASSSSSS*” у значенні “*yes*” (вигук вживався блогерами драг-квінами і згодом набув популярності серед усіх користувачів Інстаграму та Тік-Току), “*Sheesh*” – українським відповідником є вигук «Ого» (вживається для вираження емоції «здивованості» у відео в мережі «Тік-Ток»), “*Ick!*” – використовується для того, щоб виразити відразу до певної ситуації. “*Okurrrr*” або “*okurr*”, “*okrrrr*”, “*okurrrrt*” – це все прикладу вживання слова “*Ok*”, тільки нестандартний спелінг слова має на меті надати вигуку трендовості та більш комічного забарвлення.

Слово “*yeet*” може виступати у різних частинах мови і від цього змінюється його значення. “*Yeet*” як іменник позначає стиль танцю, дієслово “*to yeet*”

вживається, щоб вказати на дію, яка виконується дуже швидко, прикметник “yeet” описує предмет як круту забавну річ, “YEET!” є вигуком схвалення, синонім до слова “yes”. Таким чином, одно неологічна форма слугує для позначення різних понять в залежності від частини мови.

Широке використання сленгу також притаманне україномовному населенню. Але на відміну від англійської мови, в якій сленгові слова утворюються за допомогою видозміни форми чи значення слова, український сленг формується на запозиченнях з інших мов, в основному з англійської мови. Соцмережі виступають основним осередком формування та розповсюдження нової лексики.

За останні десять років популярності в Україні набули такі слова як: «*краш*» – об’єкт закоханості (запозичений з англійського виразу “to have a crush on someone” – бути закоханим у когось); «*токсик*» – токсична особа (описує поганий характер людини, з якою не варто заводити стосунки, походить від англійського слова “toxic”); «*агрити*» – викликати агресію, дратувати (від англійського слова “aggression”), «*ізі*» – описує легкість завдання (від англ. слова “easy”), «*мерч*» – одяг з символікою відомих музичних гуртів або інших комерційних проєктів (від англ. “merchandise”), «*рофлити*» – голосно сміятися, а «*рофл*» – дуже смішний жарт або історія (походить від англ. абревіатури “ROFL” – rolling on the floor laughing), «*свайпнути*» – ковзати пальцем по екрану (від англ. “swipe”), «*сорян*» – молодіжна форма вибачення (від англ. “sorry”), «*треш*» – щось огидне або жахливе (від англ. “trash”), «*флексити*» – поводитися зухвало, хвальковито, вдавати з себе когось (походить від англ. слова “to flex”), «*шеймити*» – ганьбити когось, критикувати поведінку або зовнішній вигляд (від англ. “to shame”), крім того це слово має варіації: «*бодішеймінг*» (цькування людей із за зовнішності, зайвої ваги) та «*слатшеймінг*» (критикування дівчини за зовнішній вигляд чи поведінку, які асоціюються з сексуальною активністю), «*чїлити*» – відпочивати, розслаблятися (від англ. дієслова “to chill”), «*кріповий*» – страшний (від англ. “scare”), «*тролити*» – посміюватися над людиною, виводити когось із себе (від англ. “to troll”), «*олдскульний*» – той, який слідує старими трендам та несучасному стилю, «*тригерити*» – викликати інтенсивну емоційну реакцію, неприємні почуття

(від англ. “to trigger”), «*шинперити*» – уявляти, що якісь популярні люди або персонажі перебувають у романтичних відносинах (від англ. “relationship”) [102, 97].

Попри те, що згадані слова користуються шаленою популярністю у соціальних мережах, їх також вживають журналісти у своїх статтях та репортажах, щоб привернути увагу слухача чи читача. Наведемо приклади вживання вище згаданих слів у ЗМІ:

«Мелані Лінські поскаржилася на бодішеймінг» [57]

«Підсумки дня: активна деокупація, російський «треш», COVID-19 наступає та українці «за» НАТО» [79]

««Олдскульний» чорний чай: чому саме він?» [65]

«Зради» не буде ні з Францією, ні з будь-якою іншою країною, – Кулеба. Очільник МЗС додав, що «шеймити» Францію просто так не треба» [93]

«Які звички й дії можуть тригерити сухість волосся? Поради експертки, корисні б'юті-засоби та процедури» [71]

Окрім неологізм-запозичень в українській мові чимало власних сленгових слів. Наведемо такі приклади: «*бомбити*» – у значенні «злитися, виходити з себе», «*ламповий*» – затишний, атмосферний, «*впуска*» – домашня вечірка з ночівлею, «*шмот*» – одяг, «*душний*» – нудна людина, «*дичина*» – маячня, «*зашквар*» – ганебна річ або ситуація.

«*Няшний*» означає «щось миле, гарне». Слово прийшло до нас з японської мови і є звуконаслідуванням нявкання кішок. Оцінне значення слова варіюється від контексту. Незважаючи на те, що слово з першого погляду наділене меліоративним значенням, іноді його використовується із пейоративним відтінком: настільки «*привабливий*», що аж огидно. На позначення вищого ступеня няшності вживають нове слово «*мімішний*».

Активно використовуються в українській мові суфікси заниженої емоційної маркованості, такі як: *-ха* – «*депресуха*»; *-юк* – «*сидюк*»; *ло* – «*хавало*». Трапляються також і пестливі суфікси: «*телик*» – телевізор, «*велик*» – велосипед, «*хом'ячок*» – комп'ютерна мишка. Використання таких суфіксів у словах вказує на наявність в них певного оцінного значення.

Ще один феноменом, який поєднує в собі використання і популяризацію певних слів, виразів чи синтаксичних конструкцій та пейоративне чи меліоративне оцінне значення – це слова-меми.

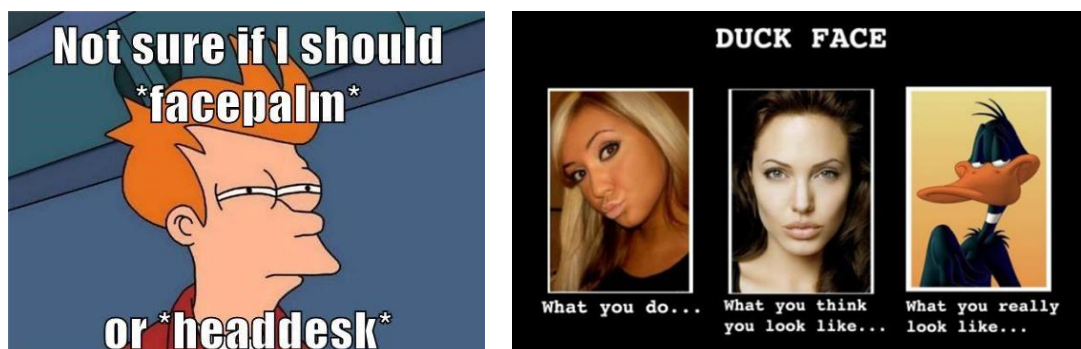


Рис.3.3. Інтернет-меми з використання неологічної оцінної лексики

На Рис. 3.3. представленні приклади використання оцінних неологізмів для створення Інтернет-мемів. “Facepalm” (“face” + “palm”) – фізичний жест, закриття однією рукою обличчя, означає розчарування, зневіру, сором або роздратування від побаченого чи почутого. Вираз набуло широкої популярності як ілюстрований мем, але згодом почав вживатися як самостійне слово. На Рис 3.4. показано приклад використання слова “facepalm” як самостійного виразу як негативна реакція на дії Європейського союзу.



На Рис 3.4. Твіт-відповідь на публікацію “Washington Examiner”

“Headdesk” (“head” + “desk”) – слово-мем, яке також використовується в спілкуванні як вираження розчарування або роздратування. За емоційним ступенем воно є сильнішим за “facepalm”. Вживається як частина ілюстрованого Інтернет-мему, або як самостійне слово, наприклад:

*“Lucy Howarth’s **head-desk** moment with David Cameron. One photo op is unlikely to sink a campaign, it’s true. But the British PM has bigger problems.” [83]*

“*Duck face*” – це поза, яка часто зустрічається на фотографіях профілів у соціальних мережах. Словосполучення описує вираз обличчя, коли губи стиснуті і випнуті вперед. Позу найчастіше сприймають як спробу здатися привабливою, але вона може бути іронічною. Найбільшої популярності набуло з появою фронтальних камер, за допомогою яких можна було зробити селфі. Слово вживається в пейоративному значенні як несхвалення дій особи, яка хоче здатися красивішою, але тим самим тільки погіршує ситуацію.

Попри те, що найчастіше неологізмами є самостійні слово або ж словосполучення, інколи неологічними можуть бути цілі синтаксичні конструкції. Наведемо приклади, один з яких є також частиною інтернет-мему:

«*Мені нравиться як воно горить, люди суєтяться*» – український інтернет-мем, що з’явився в 2010 році, але є досі дуже популярним. Віталій Чепурко використав це речення, коментуючи підпали, які він зробив в під’їздах житлових будинків міста Полтава, чим заслужив собі прізвисько «полтавський палій». Речення є прикладом типової говірки області, тобто використання в мові російських слів. Попри погане забарвлення цього виразу, оскільки йдеться про завдання шкоди іншим людям шляхом підпалу їхніх домівок, він змінив свою конотацію і набув особливої шаленої популярності в 2022 році після вторгнення росії в Україну. Зараз люди масово використовують це речення, коментуючи вибухи на території російської федерації та в Криму. Після новини щодо підриву Кримського моста у всіх соціальних мережах, користувачі знову почали використовувати це речення як підпис до фото чи відео вибуху на мості. Цей вираз можемо назвати неологізмом ХХІ ст. для українців, оцінне значення якого є меліоративним, оскільки вживається для висловлення радості з приводу успішних операції ЗСУ. В онлайн-пабліку зустрічаємо такий заголовок:

«*Мені нравиться як воно горить*»: реакція соцмереж на вибух Кримського мосту» [78]

Ще один вираз українського походження, який набув шаленої популярності в Україні та закордоном, це «*Русский военный корабль иди нах*й*» та англійською мовою “*Russian warship go f*ck yourself*”. Попри використання нецензурної лексики в цьому виразі, його оцінне значення можна зрозуміти в контексті. З одного боку, цей вираз

очевидно виражає негативне відношення до дії російської армії та влади, осуд та презирство до усього російського. Але використання цього виразу іноземцями, не тільки показує їх ставлення до росіян, але виражає підтримку українцям. В цьому випадку, оцінне значення є меліоративним.

Отже, основні лексико-семантичні групи неологізмів англійської мови є «Неологізми політичної сфери» (найчастотніша група, що використовується у ЗМІ), «Неологізми соціальної сфери», «Неологізми фінансової сфери», «Неологізми побутової сфери», «Неологізми виробничої сфери», «Неологізми військової сфери», «Неологізми сфери ЗМІ», «Неологізми сфери «Психологія» та «Неологізми сфери «Здоров'я». Щодо лексико-семантичних груп українських неологізмів, які найчастіше вживаються в ЗМІ це: неологізми сфери інформаційних технологій, неологізми сфери «Здоров'я», неологізми сфери спорту, сфери «Дозвілля» та «Економіка», неологізми сфери суспільного життя. У поодиноких випадках трапляються неологізми на позначення машин і механізмів. Великою популярністю користується молодіжний сленг, який є частиною неологічної оцінної лексики. Осередком поширення сленгу є соціальні мережі. Англійська сленгова лексика формується завдяки видозміні форми слова або надання слову нового значення, в той час як в українській мові переважають запозичення з англійської.

3.2.2. Оцінні неологізми в медичній сфері та оновлення медичної термінології внаслідок пандемії COVID-19

Нова реальність диктує людям теми для обговорення. Так, у 2019-2020 рр. темою номер один у всьому світі стала пандемія COVID-19. Спалах нового небезпечного вірусу, що охопив весь світ, призвів до кардинальних змін у житті людей. Хвороба вплинула на стиль життя людей, навчальний процес, трудову діяльність, дозвілля. Оскільки, люди вперше за останні десятки років потрапили у таку масштабну епідемічну ситуацію, необхідний був лексикон, що позначав би нові явища пов'язані із пандемією. Таким чином, за останні три роки зафіксовано появу чимало нових слів, які так чи інакше описують життя в період пандемії. Важливу роль

у розповсюдженні нової лексики відіграли ЗМІ, які день в день висвітлювали усі події пов'язані з коронавірусом.

Поширення набули медичні терміни-неологізми такі як «*ПЛР-тест*», «*експрес-тест*», «*апарат ШВЛ*», «*пневмонія*», «*сатурація*», «*киснева терапія*», «*антиген*», «*санітайзер*». Оскільки пандемія вплинула на освітній процес, тож з'явилися слова, які позначали особливості навчання в таких умовах. Широковживаними стали «*дистанційне навчання*» або «*дистанційка*», «*онлайн-навчання*», «*зустрітися в Google Meet або ж ZOOM*».

Як в англійській, так і в українській мові розрізняють три види неологізмів: власне неологізми, семантичні інновації та трансномінації. Варто зазначити, що найбільшу частку неологізмів створених під час пандемії складають саме власне неологізми, оскільки мета їх створення була позначити реалії та явища з якими суспільство стикнулося вперше.

Власне неологізмом є саме слово “COVID-19”, утворене шляхом скорочення, тобто є абрєвіацією словосполучення “*COrona Virus Disease 2019*”. Іншою назвою інфекції є SAR-COV-2, утворене також шляхом скорочення від “*Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus 2*”. Навколо цих назв вірусу утворилися ще нові слова, які позначають певні речі в умовах пандемії.

За допомогою морфологічного способу словоскладання утворилися неологізми з першим елементом “*covid*”, де другим елементом виступає звичайне усім відоме слова. Urban dictionary зафіксував появу таких слів як: “*covid cowboy*” (людина, яка навмисно поширює хворобу); “*covid belly*” (зайва вага внаслідок карантину); “*covid crazy*” (людина, що дуже сильно хвилюється за себе через страх заразитися коронавірусом і виконує усі превентивні заходи), “*covid prison*” (неможливість покинути місце проживання); “*covid moron*” (людина, яка розповідає неправдиву інформацію про хворобу); “*covid baby*”, “*covid boomer*” (діти, зачаті під час пандемії), “*covid fatigue*” (показує втомленість людей від обмежень через коронавірус).

Із елементом *covid* і за допомогою телескопії були створені такі слова як “*covidiot*” (*covid* + *idiot*) – людина, яка нехтує превентивними заходами і цим самим порушує безпеку інших, а на противагу цьому слову є “*covidient*” (*covid* + *obedient*)

– людина, яка виконує усі необхідні вимоги безпеки; “*covidiosity*” (*covid* + *curiosity*) – інтерес до новин стосовно пандемії; “*covidocracy*” (*covid* + *democracy*) – стан демократії під час пандемії; “*covidivorce*” (*covid* + *divorce*) – розлучення пари під час пандемії; “*covidamination*” (*covid* + *contamination*) – побоювання зараження. У всіх наведених прикладах перший елемент не скорочується, тому що він є семантичним центром новоутворень через що значення неологізму є цілком зрозумілим.

Схожим чином утворилися слова із елементом “*corona*”. Наприклад: “*coronacoma*” – економічні наслідки пандемії; “*coronaphobia*” – страх захворіти коронавірусом, “*coronacut*” – зачіска в умовах зачинених перукарень, “*coronacation*” (*corona*+*vacation*) – перебування в самоізоляції через епідемії коронавірусу, “*coronaroamers*” (*coronavirus*+*roamers*) – егоїстичні люди, які нехтують правилами самоізоляції, “*coronortunity*” (*coronavirus*+*opportunity*) – можливість створена пандемією зайнятися будинком, відіспатися або зробити щось, на що зазвичай часу не вистачає, “*coronapocalypse*” (*coronacirus*+*apocalypse*) та “*coronageddon*” (*coronavirus*+*Armageddon*)– кінець світу через пандемію. У англійських ЗМІ ці слова також корелюють, наприклад:

“*Coronapocalypse: Americans start panic-buying and the scenes are wild*”[42].

Окрім словоскладання та телескопії, можна виокремити ковід-неологізми утворенні шляхом афіксації та скорочення. Додавання префіксів чи суфіксів з певним значенням створюють оцінні неологізми, які показують ставлення людей до певних речей. Наприклад, префікс *anti-* вживається у словах, які позначають негативне ставлення до деяких правил, подій, речей чи явищ. Серед людей англійських країн поширення набули такі слова як “*antivaccinist*”, “*anti-mask*” і похідні від цього “*anti-masking*” і “*anti-masker*”. Ці неологізми є пейоративами, оскільки виражають несхвалення заходів встановлених держава у боротьбі з поширенням вірусу. Приклад вживання у медійному дискурсі:

“*Anti-mask group face trial over pharmacy protest, alleged abuse of staff*” [42].

Чимало нових слів було створено комбінацією із суфіксом *self-*. Наприклад: “*self-isolation*”, “*self-monitoring*”, “*self-quarantine*”. Оскільки ЗМІ впливають на

свідомість громади, тож ці слова часто використовувалася аби в котрий раз наголосити на важливості дотримання карантинних норм та запобіганню масовому зараженню. Наприклад:

«*Caught COVID? Here's what you should and shouldn't do when **self-isolation** isn't mandatory*» [60].

Іншими прикладами ковід-неологізмів, утворенні шляхом афіксації є “*maskless*”, “*coranator*”, “*masklessness*”, “*zooming*”, “*vaccinater*”, “*covidian*”. У медіа-дискурсі такі слова також часто вживаються, наприклад:

“*Transport for London handed out almost 4000 fines to **maskless** passengers*” [59].

Чимало неологізмів створені за допомогою скорочення, утворення аббревіацій. Найпопулярнішими є *PCR* – *Polymerase chain reaction*, *CFR* – *Case Fatality Rate*, *CDC* – *Centers for Disease Control and Prevention*, *ARDS* – *Acute Respiratory Distress Syndrome*, *PPE* – *Personal Protective Equipment*, *WFN* – *Work from home*. В медіа-дискурсі також переважає вживання саме аббревіацій замість довгих назв. Наприклад:

“***PCR** and rapid COVID tests: A look at options as Wake County scales back testing*” [50].

Варто згадати і про ще один вид неологізмів, який є досить цікавим у використанні і дослідженні. Це ковід-неологізми, утворенні шляхом переосмислення уже існуючого в мові слова. Семантичними інноваціями періоду пандемії стали такі слова як “*social distance*”, “*physical distancing*”, “*lockdown*” and “*to be on the lockdown*”, “*face mask*”, “*booster*” які використовувалися в мові раніше, однак частотність їхнього використання значно зросла, як і їх семантичні значення. До пандемії, Cambridge Dictionary подав таке значення слова “*lockdown*” : *an emergency situation in which people are not allowed to freely enter, leave, or move around in a building or area because of danger*. Під час COVID-19, значення видозмінилося, тепер “*lockdown*” – *a period of time in which people are not allowed to leave their homes or travel freely, because of a dangerous disease*. Схожим чином видозмінило своє значення слово “*booster*”. Основне значення, яке подає словник: “*something that improves or increases something or makes it stronger*”. Також в англійській мові це слово означає

людину, яка з ентузіазмом підтримує щось. Пандемія ж додала ще одне значення цьому слову у комбінації зі “dose of vaccine” та “shot”. “Booster dose” – це додаткова доза вакцини після двох обов’язкових, яка призначена для підвищення імунітету проти антигену коронавірусу. Цікаво те, що в українській мові слово «бустер» означає «допоміжний пристрій, що тимчасово збільшує силу та швидкість основного механізму» або ж «дитяче автомобільне крісло без спинки». Попри такі значення цього слова, самий неологізм «бустер» та похідний прикметник «бустерний» стали частиною медичної лексики і широко застосовуються у медійному дискурсі, наприклад:

«Свою чергою компанія Moderna тестувала дві форми дозування свого бустера» [74];

«Бустерна доза: що відомо про її ефективність проти «Омікрону»» [74].

Також, словосполучення “social distance” до пандемії вживалося лише в науковому середовищі для позначення різного положення соціальних груп. Нині словосполучка “social distance” в англійській мові також описує відстань між людьми, необхідну, щоб не допустити зараження коронавірусом.

Українська мова теж поповнилася низкою слів пов’язаних з пандемією. Перш за все це назви хвороби – «корона», «Ковід-19», «коронавірус» та її різновиди «Дельта» і «Омікрон». Паралельно з терміном пандемія активно використовується слово «інфодемія», що означає швидке поширення неточної й недостовірної інформації про коронавірус, наприклад:

«Інфодемія: як поширюється деза про коронавірус в українському Telegram» [77].

Усі ці слова є лексичними запозиченнями з англійської мови.

Як і в англійській мові, так і в українській чимало нових слів було утворено комбінацією елемента «корона» та іншим простим словом. Таким чином характеризується поява неологізмів «коронапаніка», «коронакриза», «коронаскептик», «коронадисидент», «коронахворий», «коронафейк», «коронафобія», «короніали», «короназнижки», «коронашопінг», «короназбитки»,

коронамаркетинг». Ось для прикладу вживання одного такого слова у медіа-дискурсі:

«Коронапаніка в прямому ефірі. У літаку з Мілана до Києва виявили трьох ніби хворих пасажирів» [79].

За допомогою слова «ковід» утворилися ще кілька нових слів, які безпосередньо пов'язані з пандемією. Наприклад, «ковідео» (відео, записане під час самоізоляції), «ковидло» (повидло без смаку), «ковідники» (лікарні, де перебувають хворі на коронавірус і пацієнти цих лікарень), похідний від слова «ковід» прикметник «ковідний», та похідне дієслово «ковіднутись» (захворіти на Covid-19). У ЗМІ можна побачити вживання цих слів, як наприклад:

«Єврокомісія затвердила «ковідний» план відновлення економіки Польщі, але з умовами» [41].

Можна виокремити декілька слів та словосполучень, утворених лексико-семантичним шляхом. Так наприклад, слово «зона» із прикметниками *зелена, помаранчева, червона* почало позначати території з різним рівнем поширення вірусу. Про динаміку поширення вірусу засвідчували словосполучення *«перша хвиля пандемії», «друга хвиля», «третья хвиля»*. Про розповсюдження вірусу говорили у ЗМІ так:

*«Україні слід готуватися до **третьої хвилі** пандемії коронавірусу COVID-19. ВООЗ минулого тижня вже заявила про збільшення випадків захворювання в усьому світі і пов'язує це з поширенням штаму «Дельта», який значно легше передається, ніж інші штами» [66].*

Слово «сертифікат» теж видозмінило своє значення під час пандемії і стало *«документом про вакцинацію»*. Неологічними є також комбінації із словом «сертифікат» такі як: *«зелений сертифікат», «жовтий сертифікат», «електронний чи паперовий сертифікат», «фейковий сертифікат»*. І ще один неологізм, що утворився для позначення документу, що засвідчує факт вакцинації людини і дозволяє їй подорожувати є *«ковід-паспорт»*. Наведемо приклад із ЗМІ:

«Європейський союз вводить з 1 липня єдиний внутрішній ковідний паспорт – не обов'язковий, але бажаний інструмент, яким ЄС сподівається врятувати літо і повернути свободу пересування 450 млн громадян 27 країн найбільшого політичного союзу на планеті» [41].

Разом із цими новими поняттями можна почути неологічне словосполучення «ковідна тисяча» або «тисяча Зеленського», яку мали змогу отримати українці за проходження повного курсу вакцинації. Life Pravda розповідає про кроки отримання грошей і вживає уже згаданий неологізм:

««Тисяча Зеленського»: як отримати гроші за COVID-вакцинацію та де їх використати. Інструкція» [77].

Отже, пандемія Covid-19 істотно вплинула на життя людей і зумовила появу цілої низки слів для позначення речей чи явищ, що люди зустріли вперше. Ковідний лексикон надзвичайно різноманітний, оскільки вірус дійсно вплинув на майже усі сфери людського життя. Розглянувши способи створення неологізмів під час пандемії, варто зазначити, що в англійській мові найчастіше використовувався спосіб телескопії, майже на рівні йде спосіб афіксації, певна частка слів була створена за допомогою словоскладання і лексико-семантичним способом, і найменш продуктивним став спосіб скорочення (див. Додаток Б). Щодо неологізмів в Україні, велику частку складають запозичення, число слів було створено шляхом словоскладання і телескопії. Цікавими є слова, які видозмінили своє значення і в різних контекстах можуть корелювати по-різному. Також, ЗМІ відіграло важливу роль у поширенні нових слів серед людей. Оскільки медіа стали більш популярними в час карантину, люди більше витрачали часу біля телевізора і читання газет, що також вплинуло на їх мову.

3.3.3. Функціонування оцінних неологізмів утворених на тлі воєнних подій в Україні в англо- та україномовних ЗМІ

Політичне й воєнне протистояння, що почалося у березні 2014 року та повномасштабне вторгнення російської федерації 24 лютого 2022 року на територію суверенної та незалежної європейської держави України, сколихнуло весь

цивілізований та демократичний світ. Різноманітні вітчизняні та іноземні засоби масової інформації почали висвітлювати ці події, намагаючись донести людям правду та дати їм можливість правильно створити картину реальних подій в Україні. Щоб якомога цілісно та точно описати усе, що відбувається в нашій країні, журналісти вдаються до різного роду мовних засобів, які здатні правильно донести зміст повідомлення. Варто зазначити, що у сучасних умовах ЗМІ здійснюють великий вплив на громадянську свідомість, тому мова медіа, що передбачає добір певних особливих слів і виразів є надзвичайно важлива і є об'єктом дослідження сучасних мовознавців та лінгвістів.

Однозначно війна в Україні вплинула на мову людей. Протягом останніх восьми місяців такі слова як «війна», «вибухи», «повітряна тривога», «ракети», «смерть», «поранений», «полонений» та багато інших схожих слів лунають майже кожного дня з екранів телевізора. На жаль, для українців ці слова набули іншого значення. Варто згадати іноземні слова, які набули широкого вжитку у повсякденному мовленні українців, а також часто звучать з екранів телевізора як України, так і інших країн. Це назви озброєння, військової техніки, передових технологій, що використовуються під час ведення війни. Такими словами є «байрактар», «гарпун», «джавеліни», «хаймарс», «іскандер», “SWIFT”, “Stralink”. Це так звані лексичні запозичення, які закріпилися шляхом транскрибування українською англійських термінів. В англійських ЗМІ часто корелюють такі слова як “manpads” (“man-portable air-defense systems”), “cluster munitions”, “MiG”, “switchblade drone”, “thermobaric bomb” – власні неологізми, створенні для позначення збройної техніки. Неологізмами в англійській мові наразі є і наступні слова “appeasement”, “cessation of hostilities”, “hedgehog” (в значенні протитанкового загородження), “humanitarian corridor”. Наведемо приклади із ЗМІ:

“Western advocates of **appeasement** need a crash course in putinology” [54];

“Ahead of QUAD Summit, India calls for immediate **cessation of hostilities** in Ukraine” [50];

“People returning to Mariupol as Russians close **humanitarian corridors**” [47];

*“Three months ago, Moscow planned to smash Ukraine into a leaderless & landlocked and unarmed **rump state**, but now, Russian leaders might settle for slightly expanding their control in Donbas and possibly eliminating a few Ukrainian brigades”*) [46].

Про вплив війни на мову розповідав у своєму зверненні навіть президент України Володимир Олександрович Зеленський. *«У 2014 році Росія прийшла до нас з одним словом, з новим словом. І це слово «війна». 24 лютого Росія додала до цього слова ще одне, зробивши словосполучення «повномасштабна війна». І протягом ста днів ми знаходили чи отримували, бачили чи хотіли стерти ще інші слова. Їх небагато. Вони різні. Але відображають, що ми пережили»*, – зазначив президент [103].

Оцінні неологізми з’являлися в українській та англійській мовах різними способами. Щодо суспільно-політичних неологізмів, то все ж найпоширенішими є семантичні інновації та трансномінації. Власне неологізмами є нові для звичайних людей назви різної зброї та військової техніки.

Першим прикладом семантичної інновації є слово «спецоперація». Саме цим словом глава ворожої країни назвав війну в Україні. Попри постійне вживання цього слова російськими політиками, журналістами та звичайними громадянами РФ, слово «спецоперація» набуло нового значення в Україні та інших країнах світу. Щоб показати абсурдність вживання цього слова на позначення усіх дій, що чинять окупанти на території України, в україномовних та англійськомовних ЗМІ слова «спецоперація» та *“special operation”* беруть в лапки. Наприклад:

*“Lavrov: ‘**Special operation**’ in Ukraine aimed to protect Donetsk, Luhansk republics”* [60];

«У Кремлі вперше визнали, що «спецоперація» в Україні затягується та готуються до тривалої війни» [68].

Urban dictionary подає ось таке значення словосполученню *“special military operation”*: *the Russian equivalent of “bringing democracy to Iraq”*.

Ще одним словом, що видозмінило своє значення під час війни в Україні є «орк». Насправді, «орки» – це витвір уяви письменника Джона Толкіна. За його

описом, «орки» – це істоти-ординці, що мають варварську натуру, схильні до війни, насилля й підлості, позбавленні людських рис і почуттів, окрім злості. Прості українці почали так називати російських солдатів, тим самим показуючи свій гнів та справжнє ставлення до «визволителів». Згодом, це слово почало широко вживатися у ЗМІ. Це можна побачити по заголовках статей популярних українських телевізійних служб:

«Орки завдали ракетного удару в Миколаївській області» [77];

«Орки закидують Азовсталь бомбами з написаними на них посланнями» [72].

Цікаво те, що українці створили власний неологізм шляхом суфіксації, додавши до слова «орк» суфікс «-стан», який є складовою назв деяких країн та регіонів, і утворили слово «Оркостан» – батьківщина орків, себто росія. ЗМІ почали також вживати цей оцінний семантичний неологізм у своєму мовленні, наприклад:

«Блогери з Оркостану вимагають компенсації за блокування інстаграму не в росії, а в Цукерберга» [73].

Окрім назви злісних істот, з книги Толкіна взяли і ще одне слово «Мордор» як синонім до назви ворожої країни «росії». Країна Мордор у книзі Толкіна була чорною країною, осередком сили Чорного Володаря Саурона. Така назва є неологізмом з пейоративним оцінним значенням у мовленні людей по відношенню до росії.

Поряд з образливим найменування «орки», вживаються слово «кацапи», що використовуються замість «російські солдати», а також зневажливе слово «русня» для позначення усього народу росії.

Ще одним прикладом семантичної інновації є слово «бавовна». Просте українське слово під час війни набуло нового значення і стало оцінним неологізмом. В російських новинах про вибухи на їх території повідомляли, вживаючи слово «хлопок», що співзвучно з назвою тканини рослинного походження українською мовою «бавовна». Таким чином, українці почали вживати його іронічно на позначення вибухів на території росії та в Криму.

Чорнобаївка, Буча, Гостомель, Ірпінь, Бородянка, Ворзель, Маріуполь, Азовсталь, Мелітополь – усі ці власні назви набули ще одного значення під час війни і їх можна також назвати семантичними інноваціями. Ці слова є не просто

найменуванням міста чи промислового підприємства, вони стали асоціюватися з певними подіями. Так, Чернобаївка (невеличке селище Херсонської області) стала уособленням стійкості та незламної боротьби українців проти російських окупантів, які кілька раз намагалися захопити місто і завжди зазнавали поразки. Згодом, «*Чернобаївкою*» почали називати українські міста та селища, які декілька раз піддавалися атаці окупантів та все ж безуспішно. Наприклад, ТСН подала новину про протистояння в Мелітополя ось так:

«В Україні з'явилася ще одна «Чернобаївка». Це – аеродром у місті Мелітополь» [41].

Англійський мовник подає ще одне слово утворене від назви цього міста – “Chornobaites”/«Чернобаїти». Цей неологізм наділений пейоративним оцінним значенням і описує людей, які повторюють одну і ту саму помилку, але очікують іншого результату.

Місто Буча Київської області стало асоціюватися із масовими вбивствами, які чинили там російські окупанти. Власну назву міста тепер ЗМІ вживають для позначення іншого міста, де масово загинули мирні жителі внаслідок жорстокості російських солдатів. Заголовок статті «24 Каналу» про ситуацію на фронті та перебіг події в окупованій Херсонській області звучить так:

«Нова Буча на Херсонщині, ядерні навчання Росії, зброя для України».

Власна назва «Буча» має оцінне значення, оскільки вживаючи це слово, люди в Україні одразу розуміють про що йдеться.

В англійськомовних ЗМІ можна ж побачити комбінацію власної назви “Bucha” та “massacre”. Саме така комбінація слів вживалася ЗМІ задля опису події в м. Буча, щоб наголосити на тому, що це не просто масова гибель людей, а масове звірське вбивство цивільних жителів. Приклад в іноземних ЗМІ:

“Bucha massacre worse than feared, new evidence shows” [44].

Семантичною інновацією є слово «паляниця», яке набуло нового значення і все частіше його можна почути в мові українці зараз. «*Паляниця*» – це уже не просто

слово, що вживається для позначення різновиду українських хліба, а є словом-шібболет (шібболет – біблійний вислів, у переносному сенсі вживається для означення характерної мовної особливості, яка дозволяє ідентифікувати групу людей, своєрідний «мовний пароль», за яким можна розпізнати, що мова, якою розмовляє людина, є для неї рідною), словом-паролем. Саме це слово видає росіян, які взагалі не володіють українською мовою, оскільки їм важко вимовити комбінацію пом'якшених звуків із твердими. В українських ЗМІ говорять:

«Пароль «паляниця» свідчить про генетичний код українців і веде Україну до перемоги» [77].

Схожим паролем є неологізм «*поребрик*», яке в Україні набуло популярності в 2014 році. В Україні слово «*поребрик*» майже не вживається, тому коли бойовики в Луганській та Донецькій області говорили це слово, одразу ставало зрозуміло, що це російський солдат. Українці згодом почали глузувати із цього і придумали нову назву росії – «*запоребрик*».

Війна в Україні призвела також до «розконсервування» лексики Другої світової війни». Так, з екранів телебачення та на вулиці можна почути слова «*фашизм*», «*нацист*», «*окупант*», «*колоборант*», «*геноцид*», назви зброї, яка використовувалася ще за часів Другої світової і, звичайно, «*ленд-ліз*». Ці слова є не зовсім новими лексичними одиницями, адже існували раніше, тільки зараз вони знову набули широкого вжитку і виступають в іншому осмисленні.

Президент України зазначив, що саме «*ленд-ліз*» – слово, яке відображає 100 днів боротьби, сто днів дипломатії, сто днів підтримки [103]. Закон про ленд-ліз для України президент США символічно підписав 9 травня. Промовиста дата відсилає нас до аналогічної програми, яка діяла в роки Другої світової війни. *«Якщо горить будинок сусіда, а в тебе є садовий шланг, позич його сусідові, поки не спалахнув твій дім. При цьому не кажи йому про вартість шлангу. Коли пожежу загасять, сусід поверне тобі шланг»*, – пояснював Рузвельт суть своєї ініціативи. В англійських та українських ЗМІ це слово також активно використовується, наголошуючи на важливості даної програми, наприклад:

*“Zelenskyu thanks Biden for reviving **Lend-Lease Act**; 'historic step to win Ukraine war”* [42];

*«Військовий експерт прокоментував важливість **ленд-лізу** для української армії»* [68].

Протягом війни з'являлися слова нові за формою для позначення уже відомих понять, тобто трансномінації. Такі слова є так звані «інноваційні» синоніми до уже існуючого слова. Прикладом є неологізм *«Бандера-смузі»*. Так, у коктейлів Молотова з'явилася нова назва. Знаючи, що Бандера – це страх усіх росіян, українці назвали саморобну домашню зброю *«Бандера-смузі»* або *«бандеросмузі»*. ЗМІ зазначали про це так:

*«Мирні жителі формують загони самооборони. Готують «смачні коктейлі» для загарбника – **бандеросмузі»*** [72].

Ще один приклад трансномінації в українській мові є слово «ерефія». Слово створене з аббревіації «РФ». У мові медіа це слово часто корелює, оскільки ЗМІ намагаються всяко обійти згадки офіційної назви ворожої країни. Також, таке вживання слова замість повної назви сусідньої країни є зневажливим і містить в собі пейоративне оцінне значення. Наприклад:

*«Стало відомо чому в **ерефії** війну називають спецоперацією»* [76].

Один із шляхів виникнення неологізмів є перехід власної назви у загальну. *«Macronite»/ «Макроніти»* означає бути дуже стурбованим чимось, але в той же час нічого не робити, щоб допомогти або змінити ситуацію. Слово утворене від прізвища президента Франції *«Макрон»/ “Macron”*, який дуже обережний у свої діях щодо війни росії проти України і не готовий на рішучі вчинки. У слові виявлено пейоративне оцінне значення, що виражає осуд з боку українців. Прізвище ще одного політика стало коренем новоутворення *“Shoiguing”/ «Шойгувати»*. Слово означає вдавати вигляд і описувати події так, що все йде по плану, хоче насправді все жахливо. Із негативною оцінкою є слова *“Native”/«Намівець»*, що означає особу, яка не виконує своїх обіцянок, а також *“gauleiter” /«гауляйтер»* – особа призначення кремлем керувати окупованими українськими містами. Меліоративним оцінним

неологізмом є *“tractor troops”*/«тракторні війська», що описує захоплення українськими фермерами, які використовували свою техніку для буксирування ворожої.

Неологічними можуть бути не тільки слова та словосполучення, але й певні вирази, синтаксичні конструкції, вигуки та гасла. Неологічним є вираз *“Be brave like Ukraine”*. Рекламна компанія Banda Agency розробила кампанію присвячену сміливості як новому бренду України. Білборди з таким надписом можна побачити у більше 140 містах світу, включно у самому серці Нью-Йорка – на Times Square.

Українське вітання та національне гасло *«Слава Україні – Героям Слава!»* стало неологічним для більшості країн світу. *“Slava Ukraini – Heroym Slava!”* або переклад англійською *“Glory to Ukraine – Glory to Heroes”* звучало звідусюди: під час промов відомих політиків, футбольних матчів, ринкових поєдинків, на головні сцені Євробачення в Італії. Найпопулярнішими твітами стали такі гасла як *“NATO close the sky”*, *“Stop War”*, *“No to War”*, *“Stand with Ukraine”*, *“Save Ukraine”*, *“Save Mariupol”*, *“Save Azovstal”*.

Окрім семантичних інновацій та трансномінацій, українська та англійська мови поповнилися низкою власне неологізмів, утворених морфологічним шляхом. Так, термін *«рашизм»* – штучно створений комбінацією англійського слова *russia* («раша») і «фашизм», що відображує ідеологію путінської росії і звірства, що чинять в Україні окупанти. Слово увійшло у вжиток простих українців, а ще його активно використовують в Європі та США. Англійський словник *“Urban dictionary”* також містить це слово та похідне від нього *“rushisti”* і наводить таку дефініцію цих слів: *“Russism is a form of fascism, with disdain for liberal democracy and the western parliamentary system. Its extreme nationalism originated in the perceived greatness of the former USSR. It embraces a cult of violence against everyone not identified Russian. The Rushisti aim to unite all Russian living in historically USSR territory, as well as gain additional lands for expansion”* [50].

Англійський словник *“Urban dictionary”* зафіксував появу і ще одного неологізму пов’язаного з війною росії проти України – *“Ukrained”*. Словник пропонує таке визначення дієслова *“to be Ukrained”* – *“when you are Russia and you invade a*

country and the response is humiliation on a global forum; to be defeated because of the underestimation of a foe.” Наведемо такі приклади:

“Russia has been ukrained in 2022”;

“He was utterly ukrained in that chess match” [87].

В обох мовах можна виокремити слово, яке дуже швидко поширилося серед людей і почало активно використовуватися – це «руссофобія»/ “russophobia”. Наприклад:

«Шалена **руссофобія**», пекельні санкції Заходу та НАТО: глави країн ОДКБ провели зустріч до ювілею організації» [73];

“**Russophobia**: putin blasts West says “Sanctions obsession” will hurt West more”[46].

Слово утворене за допомогою компонента «руссо»/ “russo” та суфікса «-фобія»/ “-phobia”. Слово означає зневажливе, вороже, неприязне відношення до росіян через їхні дії. Цей неологізм викликав певні дискусії щодо того чи правильно він утворений, оскільки суфікс «-фобія»/ “-phobia” означає «страх чогось». Звичайно, росіян ніхто не боїться, а навпаки відчувають шалений гнів і ненависть, тоді б доречніше було сказати «русоненависть» або «руссопатія».

Префіксальний спосіб творення слів використаний у таких неологізмах як «декомунізація», «дерусифікація», «деколонізація», «денацифікація». Утворенні додаванням префікса «де-», що вказує на видалення, скасування, усунення чого-небудь. У ЗМІ можна зустріти такі приклади їх вживання:

«**Декомунізація та дерусифікація**: які пам’ятники демонтували на Полтавщині з початку вторгнення» [72];

«**Денацифікація** росіян: в Латвії кумедно розправилися з кацапом, який махав на вулиці триколом» [41].

Отже, суспільно-політичні події мають безпосередній вплив на мову людей. Загарбницька війна, яку веде наразі росія, призвела до появи нових слів, і кожен цей новотвір є дзеркалом подій, які переживає зараз Україна. Нові слова з’являлися здебільшого шляхом переосмислення уже відомого поняття і метою створення таких

слів було позначити різного роду емоційно-оцінні відтінки того чи іншого поняття чи предмета. Чимало з'явилося у мові людей лексичних неологізмів-запозичень, до яких входять назви збройної техніки, передових технологій, військові терміни та програми. Трансномінації теж активно використовуються у повсякденному мовленні та в медійному дискурсі. Позначення наявного поняття новою формою здебільшого зумовлене стилістичними потребами для вираження експресивно-емоційно-оцінних відтінків.

РОЗДІЛ 4

ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНО-ОЦІННОГО КОМПОНЕНТУ У НЕОЛОГІЗМАХ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ

4.1. Види та функції оцінного значення у неологічній лексиці

Неологізми в досліджуваному дискурсі виконують номінативну, експресивну та емоційно-оцінну функції, проте ці функції, крім номінативної, рідко зустрічаються самотійно, і багато неологізмів поєднують у собі більше однієї функції. Крім того, кожному із неологізмів властива меліоративна, пейоративна або нейтральна оцінка. Розглянемо функції та оцінне значення неологізмів на прикладах вилучених із статей інформаційного пабліку “Guardian”.

I. Номінативна функція (60 %) містить такі конотації:

1.1 Пейоративна оцінка (15%), наприклад:

*“Merkel faces pressure to take a tougher line on immigration, particularly on so-called **“integrationsverweigerer”** or those immigrants who show a lack of willingness to adapt to the majority culture”* – оцінка визначена як пейоративна, раціонально-емоційна через контекст статті, в якій зустрічається неологізм, бо він номінує противників інтеграції.

*“The outbreak of novel **coronavirus pneumonia** will inevitably have a relatively big impact on the economy”* – в цьому випадку оцінку позначаємо як пейоративну, раціонально-емоційну через загальне негативне відношення людей до хвороб взагалі і до нової коронавірусної інфекції та її наслідків зокрема.

У людській свідомості війна, бойові дії та усе, що з ними пов’язано має негативне сприйняття, тож це запозичення у наступному прикладі використовується у негативному значенні, тобто оцінка пейоративна, емоційна:

*“Phillip Duffy’s comment (Friday’s Bits and Bobs) that two consortia **going mano-a-mano** (literal translation: hand-to-hand, as in combat) makes no sense”.*

1.2 Нейтральна оцінка (15%).

Взагалі, оцінні неологізми, як видно з їхньої назви мають мати певну позитивну чи негативну оцінку. У той же час, в залежності від контексту статті у ЗМІ оцінка може наближатися до нейтральної або бути невизначеною. Наприклад:

*“Sotnyk, a Ukrainian representative at the assembly, said during a debate on Tuesday, according to the Ukrainian news agency **Hromadske**”.*

У цьому прикладі неологізм номінує ЗМІ ресурс без оцінки його діяльності, просто стверджує його наявність, тож і оцінка наближається до нейтральної, раціональної.

Неологізм *“petrodollars”* у реченні *“This meant that the primary goal of the British banking sector was to ensure their **petrodollars** were deposited in London”* номінує грошову одиницю та не містить прямої оцінки, отже, конотація в нього нейтральна, раціональна.

*“The **Proekt** investigative website reported that more than 376 Russian cadets had fallen ill after the rehearsals”* – неологізм у прикладі номінує назву веб-сайту, з якого узято інформацію і так само не містить прямої оцінки.

1.3 Меліоративна оцінка (30%)

У наступних двох прикладах неологізми *“burkini”* та *“hijab-line”* в першому випадку номінують назву нового одягу, а у другому – виробництво такого одягу. Оцінка є меліоративною, раціональною, бо ці номінації позначають новий тренд.

*“Last month the label dressed model Halima Aden in a custom-made **burkini** for Sports Illustrated”.*

*“Dolce & Gabbana’s launch of their debut abaya and **hijab-line** earlier this year”.*

У цьому випадку оцінку визначаємо як меліоративну через контекст статті та загальне позитивне відношення громадськості, у тому числі й зарубіжної, до боротьби України проти російської агресії. Оскільки оцінка надається зарубіжними, а не українськими мовцями, то вважаємо її раціональною:

“The aim is to completely clear Odessa [of pro-Russians],” said Dmitry Rogovsky, another activist from Right Sector”.

*“You have been my go-to whenever I came across a new concept to help me distinguish between substance and fad – personal **Kanban** is one that has stuck”*

*They open the van’s back doors, and the whining sound of **quadcopter** drones crescendos”*

Меліоративний та раціональний аспект оцінки, що міститься у неологізмах *Kanban* та *quadcopter* обумовлений тим, що вони номінують інноваційні технології, і, отже, прогресивні методи виробництва.

*“I will be very happy to reopen as soon as we can do so safely,” said Nicoletta Maldini, a partner in **Libreria Trame**, a bookshop in the heart of Bologna”.*

Неологізм має меліоративну раціональну оцінку, бо номінує просвітницький заклад – бібліотеку.

II. Номінативна + експресивна функція (20%) містить такі конотації:

2.1 Пейоративна оцінка (10%), наприклад: *“Action needed to combat cyclist abuse by taxi drivers”*. Номінативна функція обумовлена тим, що неологізм номінує певний «вид» учасників дорожнього руху, а прикметник *combat* «бойовий» додає неологізму експресивності, бо йдеться про дорожній рух у мирний час. Пейоративна емоційна оцінка обумовлена тим, що «безвідповідальні велосипедисти» створюють небезпеку дорожніх аварій.

*“Shinzo Abe confirms resignation, claims **Abenomics** was successful”* – цей неологізм номінує особливий тип економічної системи, проголошений японським політиком Абе. Наявність власного імені у композиті сприяє експресивності (пор. Рейгономіка). Ця економічна система зазнала чималої критики як у Японії, так і за кордоном і, зокрема, в англомовних країнах, тож запозичення має пейоративну емоційно-раціональну оцінку.

2.2. Меліоративна оцінка (10%), наприклад: *“**Blitz-marathon**: A federal state cancels all days of action against speeders”*. Неологізм номінує поліцейську акцію, спрямовану на контроль швидкості руху автомобілів та має меліоративну раціональну оцінку через те, що пов’язано з діяльністю, що сприяє безпеці дорожнього руху.

“January, around 2 million people, including more than 40 world leaders met in Paris for a Je Suis Charlie march”. Експресивність неологізму обумовлена включенням до нього прецедентного власного імені та алюзії на трагічні події, які були з ним пов’язані. Попри негативну передісторію утворення запозичення, воно має меліоративну емоційну оцінку, бо номінує прагнення людей об’єднатися заради протидії терористичним актам.

III. Номінативна + емоційно-оцінна функція (20%) містить такі конотації:

3.1. Пейоративна оцінка (5%), наприклад: *“A stampede for an unproven “cure” for Covid-19 is clearing the pharmacy shelves of a medicine that is vital for up to 5 million people around the world suffering”*. Цей неологізм номінує вид поведінки людей, отже, виконує номінативну функцію, але у ньому одночасно міститься оцінка, обумовлена оцінною семантикою самого слова *stampede* «панічна поведінка», і оцінка ця є пейоративною емоційною, адже панічна поведінка оцінюється як деструктивна.

3.2. Меліоративна оцінка (15%), наприклад: *“But the Maidan parallel is shaky at best. Belarus does not see a west-east split like its neighbouring Ukraine or even Poland”*. Номінативна функція цього неологізму полягає в тому, що воно номінує історичний факт, явище, а експресивності йому надає метонімічна складова (перенесення назви топоніму на явище, пов’язане із цим топонімом). Меліоративна раціонально-емоційна оцінка обумовлена тим, що зазначене історичне явище пов’язано із боротьбою за гуманістичні ідеали, цінності свободи.

“Schiff noted the uprising was also known as the “Revolution of Dignity”. Get to the point, accept that our queen is better – and don’t get me started on hygge”. Як і у попередньому випадку, меліоративна раціонально-емоційна оцінка пов’язана із семантикою неологізму, що апелює до боротьби за людські цінності. Сам неологізм номінує історичне явище, а лексема *Dignity* «гідність», що входить до його складу має позитивну оцінку та надає експресії.

Було здійснено квантитативний аналіз для визначення частотності різних функцій англійських оцінних неологізмів. Результати аналізу наведено на Рис. 4.1.

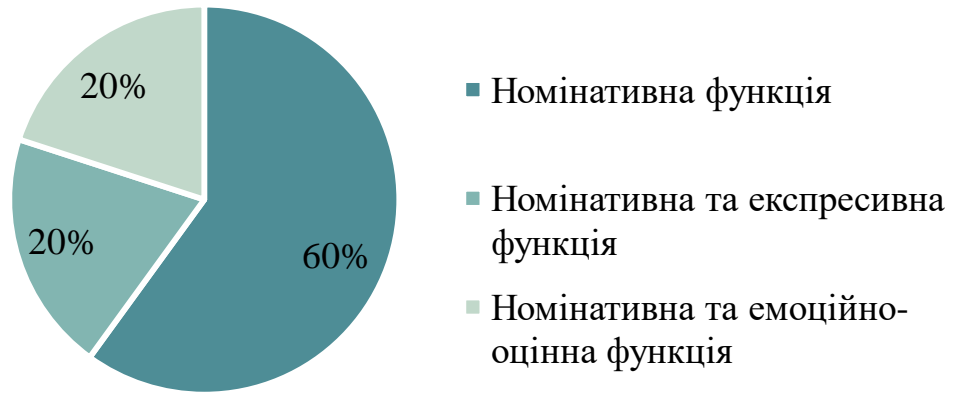


Рис. 4.1. Частотність різних функцій англійських оцінних неологізмів у ЗМІ, %

З Рис. 4.1 можемо зробити висновок, що найчастіше неологізми у досліджуваному дискурсу виконують номінативну функцію (60%), рідше вона доповнюється експресивною та емоційно-оцінною (по 20% у кожному випадку).

Було здійснено аналіз для визначення частотності різних видів оцінки англійських неологізмів за формуванням. Результати аналізу наведено на діаграмі на Рис. 4.2.

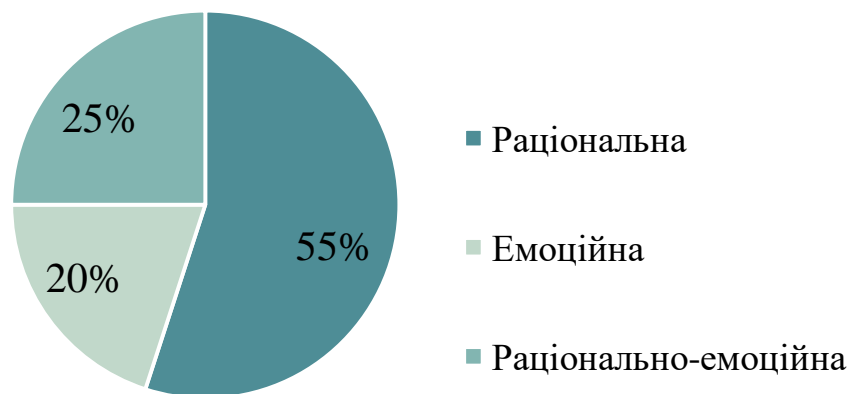


Рис. 4.2. Частотність різних видів оцінки англійських неологізмів за формуванням у ЗМІ, %

З Рис. 4.2. ми бачимо, що переважає раціональна оцінка. Кількість таких прикладів склала понад половину (55%) від усіх аналізованих одиниць. Раціонально-емоційна (25%) та емоційна (20%) оцінки трапляються значно рідше.

Розглянемо тепер особливості оцінки українських оцінних неологізмів. Для аналізу неологізмів та визначення відсоткового відношення використання оцінного значення в неологічній лексиці було проаналізовано статті з української газети «Дзеркало тижня».

1. Меліоративна оцінка

*«Крім того, **андейт** дозволить відправляти різні типи файлів, зокрема презентації, документи і архіви».*

У прикладі неологізм «*андейт*» вжито у значенні «оновлення комп'ютерної програми». Неологізм позначає процес, який здійснюється в результаті певних дій користувача. Функція неологізму номінативна, оцінка меліоративна, раціональна, оскільки він називає сучасне явище, яке допоможе людині в передачі файлів.

*«Необхідно передбачити подачу заяви про припинення порушень із використанням мережі Інтернет до постачальника послуг **хостингу**» [69]*

У цьому прикладі неологізм «*хостинг*» використовується у значенні «служба веб-хостингу або веб-сервер, який забезпечує необхідне програмне забезпечення та підключення до комп'ютерної мережі». Отже, неологізм номінує сучасну інформаційну службу. Функція неологізму номінативна, оцінка меліоративна, раціональна, оскільки він називає сучасну послугу.

*«Ефіри будуть присвячені українській історії, книжковим новинкам і представляти дослідників через серію **подкастів**» [69]*

У наведеному прикладі неологізм «*подкаст*» вживається у значенні «цифровий медіафайл або декілька таких файлів, які розповсюджуються через Інтернет для відтворення на портативних медіаплеєрах або персональних комп'ютерах». Медіафайл містить медіаінформацію, сучасну цифрову інформацію, тому є осучасненим явищем і має меліоративну раціональну оцінку. Функція його є номінативною.

«В минулому HTC вже співпрацювала з Google, разом з якою випустила перший «гуглофон» – фірмовий смартфон Google на платформі Android» [69]

У статті у реченні вже відтворюється значення неологізму «*гуглофон*» – телефон на базі платформи Android. Неологізм взято в лапки, отже, ще не адаптований до української мови. Функція неологізму номінативна, оцінка меліоративна, раціональна, оскільки він називає сучасний пристрій, який має багато нових можливостей.

*«Чула, ізраїльські вчені побудували **нанокomp'ютер**, що складається з біомолекул» [68]*

Неологізм «*нанокomp'ютер*» вживається у значенні «обчислювальний пристрій на основі електронних (механічних, біохімічних, квантових) технологій з логічними елементами порядку кількох нанометрів, який розроблено на основі нанотехнологій і має мікроскопічні розміри». Функція неологізму номінативна, оцінка меліоративна, раціональна, оскільки він називає сучасний пристрій, який має багато нових можливостей.

*«У ній докладно описано процес створення декількох **нанороботів** на основі ниток ДНК» [69]*

Неологізм «*наноробот*» означає «спеціальна машина чи робот розміром із молекули, якій властиві функції руху, обробки та передачі інформації, виконання програм». Функція неологізму номінативна, оцінка меліоративна, раціональна, оскільки він називає сучасний прилад, який має багато нових функцій і, зокрема, служить охороні здоров'я.

*«З іншого боку, тон задають і виробники **квадрокоптерів** та інших **дронів**, наприклад компанія DJI» [69]*

Неологізм «*квадрокоптер*» означає «мініатюрний безпілотний літальний апарат з чотирма гвинтами, які обертаються в протилежних по діагоналі напрямках». У цьому ж прикладі вживається також неологізм «*дрон*» як «виріб військового або цивільного призначення, запрограмований на виконання певних завдань (переважно потенційно небезпечних для людини)». Функція обох неологізмів номінативна, оцінка в контексті статті меліоративна, раціональна, оскільки вони називають сучасні механізми, які мають багато нових можливостей. Поза контекстом ці неологізми

можуть іноді мати пейоративний відтінок, оскільки часто використовуються на війні як військові пристрої.

«Крім того, оператори системи розподілу в умовах реальних ринкових відносин повинні здійснювати білінг» [68]

Неологізм *білінг* в деяких видах бізнесу, зокрема в телекомунікаціях, означає «автоматизована система обліку наданих послуг, їх виставлення рахунків». Функція неологізма номінативна, оцінка меліоративна, раціональна, оскільки він називає сучасне явище, яке відкриває багато нових можливостей..

*«Ставка рефінансування за кредитами **овернайт** мала бути максимальною серед усіх ставок» [68]*

Неологізм *«овернайт»* має значення «позики та депозити, отримані та отримані за один робочий день банку». Функція неологізму номінативна, оцінка меліоративна, раціональна, оскільки він називає сучасне явище, яке відкриває багато нових можливостей.

*«Презентація книги Катерини Тарновської «**Асгарда**: бойове мистецтво жінок» [69]*

Лексема *«асгарда»* означає «українське бойове мистецтво для жінок, засноване на техніці бою козацького гопака та спрямоване на фізичну, розумову та духовну підготовку в патріотичному дусі». Функція неологізму номінативна, оцінка в контексті статті позитивна, емоційно-раціональна, оскільки називається вид спорту, який сприяє безпеці жінок та актуалізує українські традиції у спорті

*«9 лютого в спортзалі ЦТДЮГ відбулось спортивне свято з **корфболу**, де взяли участь гравці клубу «Юні леви» (Львів) та «Єврейське щастя» (Чернівці), також було залучено дітей з інтернату»[69]*

Термін *«корфбол»* означає «гра з м'ячем, у якій кожна з двох команд, що складається з чотирьох чоловіків і чотирьох жінок, намагається закинути м'яч у кошик, розташований на стовпі». Функція неологізму номінативна, оцінка в контексті статті позитивна, емоційно-раціональна, оскільки він називає сучасний вид спорту, до якого залучається українська молодь.

*«Психологи твердять, що **каністерапія** – реабілітація за допомогою собак – дає позитивні результати» [69]*

«Каністерапія» – терапія, заснована на використанні собак для лікування психічних розладів людини, її фізичних вад тощо. Функція неологізму номінативна, оцінка в контексті статті меліоративна, раціональна, оскільки називає можливості реабілітації хворих людей.

*«Але Андрій боровся за одужання малюка, не шкодуючи сил і коштів: клініки, **дельфінотерапія**, курорти й санаторії» [69]*

«Дельфінотерапія» – метод лікування, заснований на спілкуванні з дельфінами». Функція неологізму номінативна, оцінка в контексті статті меліоративна, раціональна, оскільки називає можливості реабілітації хворих людей.

*«Коли йому полегшало, повезли його на **іпотерапію**» [69]*

«Іпотерапія» метод лікування, заснований на взаємодії людини зі спеціально навченим конем'. Функція неологізму номінативна, оцінка в контексті статті меліоративна, раціональна, оскільки називає можливості реабілітації хворих людей.

*«Автор першого українського **технотрилера** Макс Кідрук: «Українців чекає кібер-панкове майбутнє» [69]*

«Технотрилер» – це гібридний жанр фантастики, який досліджує взаємодію людини з реальними технологіями, а насамперед – фатальні помилки в цій взаємодії, що призводять до техногенних катастроф. Функція неологізму номінативна, конотація в контексті статті – меліоративна, емоційно-раціональна оскільки він називає жанр, що виник у розвитку художньої літератури.

«Не можу розповісти багато деталей, тому що просто зараз усе затверджується інвесторами, але скажу, що це буде трилер-горор» [69]

«Горор» – фільм жахів. Функція неологізму номінативна, оцінка в контексті статті меліоративна, раціональна, оскільки він називає жанр, який виник у розвитку кінематографа.

«Дабстеп» – музичний жанр. Функція неологізму номінативна, конотація в контексті статті меліоративна, раціональна, оскільки він називає жанр, що виник у розвитку музичного мистецтва.

2. Пейоративна оцінка.

«Під час огляду в будівлі суду були знайдені три мікрофони, дві відеокамери, відеореєстратор з жорстким диском і радіопередавач» [69]

Значення неологізму *«відеореєстратор – пристрій, призначений для запису, зберігання та відтворення відеоінформації»*. Функція його номінативна; оцінка в контексті статті пейоративна, емоційна, оскільки деномінує пристрій, який брав участь у злочині. Поза контекстом статті конотація цього неологізму зазвичай нейтральна або позитивна.

*«Але практичний ірраціоналізм молоді **етнократії**, підстьобуваний інстинктом самозбереження, штовхав її до загострення політичної боротьби» [69]*

Неологізм *«етнократія»* означає «влада етнічної групи». Функція неологізму експресивна, оскільки він фокусується на крайнощах політичної влади. Це також пов'язано з тим, що неологізм в контексті статті має пейоративну раціонально-емоційну оцінку.

*«На відео репер і його 4-річна дочка ганяють по хвилях на **вейкборді**» [69]*

«Вейкборд» – спортивний снаряд у вигляді дошки з гаком і кріпленням для вейкбордингу. Функція неологізму номінативна; конотація в контексті статті пейоративна, раціонально-емоційна, оскільки називається оболонка, використання якої може бути небезпечним для дитини.

*«Часте споживання рідини призводило до ненормально низького рівня натрію в крові – **гіпонатріємії** століття» [69]*

«Гіпонатріємія» означає «отруєння водою». Функція неологізму номінативна; оцінка в контексті статті пейоративна, раціональна оскільки він називає патологічний стан людини.

3. Нейтральна оцінка

*«Найбільші вимоги мають бути адресовані **андеррайтерам**, що гарантують розміщення, та маркетмейкерам»*. Неологізм *«андеррайтер»* означає «брокер в операціях з цінними паперами»; особа, яка оцінює страховий ризик». Функція неологізму номінативна, оцінка нейтральна, раціональна.

*«Легендарний **снукерист** назвав фаворита чемпіонату світу» [69]*

«Снукерист» – спортсмен, який професійно займається різноманітними більярдними іграми. Функція неологізму номінативна; конотація в контексті статті нейтральна, раціональна, оскільки замінює власне ім'я відомого спортсмена.

«Її перші клієнти, у тому числі учені-кріологи й мати того самого Роберта Еттінгера, почивають там у рідкому азоті вже чверть століття» [69].

Функція неологізму номінативна, оцінка в контексті статті нейтральна, раціональна. «Це музичний матеріал нашої вистави, туди ж можна віднести й інші напрями – від рокабілі до **дабстепу**» [69].

Отже, найпоширеніша функція, яку виконують неологізми англійської мови в медійному дискурсі є номінативна. Оцінне значення варіюється від функції неологізму. Частотність функції та видів оцінного значення неологізмів англійської мови в ЗМІ ілюстровано подано у Додатку Е.

4.2. Семантичне позначення референтів

Було виокремлено низку неологізмів в англійській мові, для яких встановлено значення на основі використання словникових дефініцій. Серед проаналізованих лексичних одиниць в англійській мові за семантичним критерієм виділяємо такі групи.

1. Неологізми, що номінують людей (15%)

1.1 Номінація особи за поглядами (10%), наприклад: “*integrationsverweigerer*” – противники євроінтеграції. “*Je Suis Charlie*” – «Я – Шарлі» .

Розглянемо докладніше приклад *Integrationsverweigerer*.

“*Merkel faces pressure to take a tougher line on immigration, particularly on so-called “integrationsverweigerer” or those immigrants who show a lack of willingness to adapt to the majority culture*” [69]

Слово *Integrationsverweigerer* запозичено з німецької мови повністю (але слід мати на увазі, що частина складного слова *integration* була раніше запозичена із англійської мови до німецької). У словнику Дудена міститься тлумачення компонента *Integration*: «об'єднання безлічі окремих осіб або груп в соціальну та культурну

одиницю» та компонента *verweigerer* «(молоді) люди, що висувають вимоги, заперечують або очікують чогось».

Отже, робимо висновок, що слово *integrationsverweigerer* позначає противників інтеграції. Слово має пейоративну оцінку, і вживання запозичення для позначення прибічників такого явища як протидія інтеграції, має функцію у газетному тексті повернути увагу до новизни та гостроти проблеми.

1.2 Номінація особи за поведінкою (5%): *combat cyclist* буквально: бойовий велосипедист, у значенні «безвідповідальний велосипедист».

“*Action needed to combat cyclist abuse by taxi drivers*”

Словосполучення *combat cyclist* запозичено калькою з німецького *Kampfradler*. Іменник *Kampfradler* утворено словоскладанням від слів *Kampf* та *Radler*. Обидва слова є іменниками німецької мови: *Kampf* є німецьким іменником у значенні «бій», з яким має метафоричну подібність через загальну ознаку «небезпека», *Radler* є німецьким іменником, що означає «велосипедист».

Отже, неологізм *Kampfradler* і його кальковане англійське запозичення “*combat cyclist*” означає «необережний або нерозсудливий велосипедист» або «безвідповідальний велосипедист». Виникнення запозичення “*combat cyclist*” в англійській мові обумовлено поширенням захоплення молоді екстремальним велосипедним спортом, що часто утворює небезпеку для їхнього життя та життя оточуючих. Поряд з функцією називання неологізм виконує емоційно-оцінюючу функцію. Неологізм “*combat cyclist*” має негативну конотацію, бо пов’язаний з діяльністю, що несе безглуздий ризик для життя.

2. Неологізми, що номінують опредметнені дії або процеси, абстрактно номінують різні явища (60%).

2.1 Назви різних явищ і процесів: (35 %), наприклад, явище, спричинене війною, є джерелом неологізму “*mano-a-mano*” буквально: чрука в руці, у контекстуальному значенні «врукопашну», явище, спричинене панікою, є джерелом неологізму: “*stampede*” – «панічна втеча людей», процес певного способу життя є джерелом неологізму “*hygge*” – хюгге, “*Abenomics*” – абеноміка. Явище, спричинене суспільно-політичними подіями є джерелом неологізмів “*Maidan*” – «майданна»,

“*Revolution of Dignity*” – Революція гідності. Явище, спричинене перевіркою швидкості на дорогах, є джерелом неологізму “*blitz-marathon*”.

“**Blitz-marathon:** *A federal state cancels all days of action against speeders*” [69]

Слово *Blitz-marathon* англійською мовою запозичено з німецької мови. Запозичення-неологізм *Blitz-marathon* має гібридний характер: один елемент слова «німецький», а другий – «англійський», раніше запозичений із грецької мови. Як зазначено в OWID, аналізований неологізм може демонструвати графічний вид варіювання слова *Blitzmarathon* / *Blitz-Marathon*, неологізм вживається в обох варіантах.

Іменник *Blitzmarathon* утворено словоскладанням від німецького віддієслівного іменника *Blitz* та запозичення з грецької мови за посередництвом англійської мови – іменника *Marathon*. Друга частина композиту *Blitzmarathon* (*-marathon*) має метафоричну подібність зі словом «марафон» через загальну ознаку «безперервність у часі».

У онлайн-словнику Дудена є компонент даного слова – *Blitz* із значенням «блискавка, спалах, як правило, швидкоплинне світлове явище, яке відбувається під час грози електричним розрядом в атмосфері». У словниковій статті для префіксу *blitz-*, *Blitz* зазначено, що цей префікс надає словам смислового відтінку швидкої та/або несподіваної дії.

Але у цьому випадку варто використовувати іменник “*Blitz*”, утворений від дієслова *blitzen* у значенні «записувати на пристрій радіолокаційного управління; використовувати радарний пристрій». Саме це значення було використано у неологізмі. В цьому випадку частина композиту “*Blitz*” походить від віддієслівного іменника і вживається у значенні «використання радарного пристрою».

Другий компонент цього слова – іменника “*Marathon*”, що має значення «процес, що довго триває».

Отже, неологізм “*Blitz-marathon*” означає «оголошений, як правило, 24-годинний загальнонаціональний контроль швидкості з боку дорожньої поліції з метою зниження кількості нещасних випадків на дорозі». Ідея радар-марафону

виникла у Північному Рейн-Вестфалії, втім пізніше федеральне міністерство внутрішніх справ вирішило збільшити масштаб заходу до загальнодержавного.

У цього неологізму є синонім “*Radarkontrolle*”. Проте “*Radarkontrolle*” (радарний контроль) означає контроль за швидкістю автомобілістів в будь-який час. В той час, як неологізм “*Blitzmarathon*” є назвою певного оголошеного заходу, обмеженого в часі. Створення процедури, заходу 24-годинного загальнонаціонального контролю швидкості обумовило й виникнення неологізму “*Blitzmarathon*” і його запозичення англійською мовою у варіанті “*Blitz-marathon*”.

Поряд з функцією називання неологізм виконує емоційно-оцінну функцію. Неологізм “*Blitz-marathon*” має меліоративну оцінку, бо пов’язаний з діяльністю, що сприяє безпеці громадян.

2.2 Опредметнені дії або процеси (5%):

Процес захворюваності став джерелом неологізму: “*novel coronavirus pneumonia*” – нова коронавірусна пневмонія.

2.3. Назви територій і організацій (20%)

Зокрема, це назви сайтів: “*the Proekt*” – «Проект», назва інвестиційного сайту, назви політичних організацій: “*Right Sector*” – Правий сектор», назви громадських закладів: “*libreria*” – бібліотека, назви інформаційних каналів: *Hromadske* – новинне агентство «Громадське».

3. Артефакти (25%)

Артефакти можуть бути пов’язані із інноваційними процесами, які й стають джерелом неологізму: “*quadcopter*” – квадрокоптерний, “*kanban*” – вивіска. Також джерелом неологізму цієї групи є гроші: “*petrodollars*” – петродолари; мода: “*burkini*” – буркіні; “*hijab-line*” – буквально: лінія хіджабів, у значенні «лінія випуску хіджабів для занять спортом фірми “Nike”».

“*Dolce & Gabbana’s launch of their debut abaya and hijab-line earlier this year*”.

Слово “*hijab-line*” є неологізмом, тому що позначає новий товар, нову річ. І чим більше річчю користуватимуться, тим більше буде поширюватися цей неологізм. Запозичення “*hijab-line*” є частковим (морфемним) і складається з двох компонентів: запозичення з арабської мови “*hijab*” та англійського іменника “*line*”.

У словниках міститься тлумачення компонента “*hijab*”: «предмет жіночого одягу, який за ісламськими правилами покриває все тіло» (пор. укр. «хіджаб»). Для носіїв англійської мови слово “*hijab*” є цілком знайомим, тому що у Великобританії та США живе багато мігрантів та протягом багатьох років у цій країні відбувається багато дискусій і суперечок, пов’язаних із хіджабом.

Також у словниках міститься кілька тлумачень полісемічного слова “*line*”. В нашому випадку – це «загальний напрямок, проект».

В статті йдеться про те, що фірма Nike розробила нову лінію спортивного одягу для мусульманських жінок: хіджаб, в якому зручно займатися спортом. Отже, запозичення “*hijab-line*” в такому контексті може означати «лінія випуску хіджабів для заняття спортом».

В наведеному прикладі неологізм “*hijab-line*” має позитивну конотацію, бо його функції (номінативні) полягають в тому, щоб, по-перше, привертати увагу до проблем і прав жінок, по-друге показати розширення можливостей і прав жінок у сучасному світі.

Було здійснено квантитативний аналіз для визначення частотності референтів англійських оцінних неологізмів у ЗМІ. Результати аналізу наведено на Рис. 4.3.

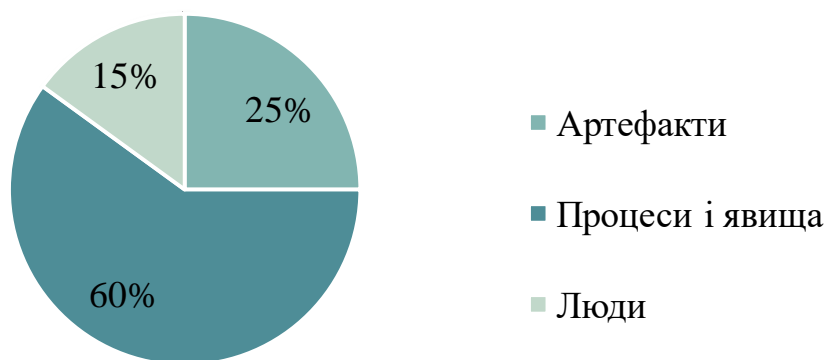


Рис. 4.3. Частотність референтів англійських оцінних неологізмів у ЗМІ, %

З Рис. 4.3 ми можемо зробити висновок, що найчастотнішими референтами англійських оцінних неологізмів у досліджуваних ЗМІ є процеси і явища. Їхня кількість склала понад половини (60%) від усіх досліджуваних одиниць. Серед них переважають назви різних явищ та процесів. А назви дій, організацій, територій трапляються рідше.

Середню частотність продемонстрували референти-артефакти (речі) – 25%. Найрідше трапляються такі референти, як особи (15%). Серед них превалює номінація за поглядами.

Визначимо тепер частотність референтів для українських неологізмів.

1. Люди (16%)

Зокрема, аналіз референтів показав, що джерелом таких неологізмів стали номінації людей за родом діяльності: «снукерист», «учені-кріологи», а також номінації груп людей: «андеррайтери», «етнократія».

2. Дії та процеси, явища (60%).

Джерелом для таких неологізмів стали процеси та явища в інформаційних технологіях: «апдейт», «хостинг», «подкаст»; процеси та явища суспільного життя: АТО. Також економічні процеси і явища: «білінг», «овернайт»; процеси лікування: «каністерапія», «дельфінотерапія», «іпотерапія», хворобливі стани: «гіпонатріємія століття»; жанри літератури та мистецтва: «технотрилер», «горор», «дабстеп».

У тому числі – й опредмечені дії: назви бойових мистецтв: «Асгарда», назви спортивних ігор: «корфбол».

3. Артефакти (24%).

Джерелом таких неологізмів є артефакти галузі сучасних технологій: «відеореєстратор», «гуглофон», «нанокомп'ютер», «нанороботи», різні машини та механізми: «квадрокоптери», «дрони», спортивне знаряддя: вейкборд.

Отже, аналіз референтів українських оцінних неологізмів показав, що серед них переважають дії, процеси та явища (60%). Рідше трапляються артефакти і найрідше – люди.

ВИСНОВКИ

1. Поповнення словників мов новими словами є неминучим історичним процесом. На появу нових лексичних одиниць впливає чимало чинників, а це – використання комп'ютерної техніки та інтернету, розвиток культури, мас-культури та моди, постійні науково-технічні відкриття, процвітання соціально-економічної та медичної сфери тощо. Неологізм визначено як нове за формою або змістом слово, утворене морфологічним або лексико-семантичним шляхом та має абсолютну або відносну новизну. До неологізмів також входять лексичні запозичення та словосполучення, що мають відтінок новизни для носіїв мови. Виділяють три основні види неологізмів: власне неологізм, трансномінація та семантична інновація. Власне неологізми в англійській та українській мовах використовуються для позначення зовсім нових для людей предметів, явищ, подій тощо і є абсолютно новими за формою та змістом. Трансномінація позначає нове поняття наявною в мові формою, в той час як семантична інновація задля передання нового відтінку значення використовує нову форму слова. Як в англійській, так і в українській мові переважають власне неологізми, поява яких пояснюється необхідністю дати назву предметам, явищам, подіям з якими людина стикається вперше.

2. Найпоширенішими способами утворення неологізмів в англійській та українській мовах є афіксація, словоскладання, скорочення та телескопія. Афіксація включає в себе утворення слів за допомогою суфіксів та префіксів. Саме афіксація є найбільш продуктивним способом утворення слів як для англійської мови, так і для української. Словоскладання та телескопія відповідають за утворення значної частини інноваційної лексики шляхом складання двох слів. Основною відмінністю між цими способами є тип сполучення слів, коли у словоскладанні на відміну від телескопії обидва слова не зазнають ніяких змін. Скорочення менш продуктивний спосіб утворення нових слів ніж попередні згадані, але відіграє важливу роль у формулюванні лексики соціальних мереж. Для англійської мови також характерним є утворення нових слів шляхом конверсії. Всі нові слова в мові не утворюються лише морфологічним шляхом, значна частина нових слів – це слова, які видозмінили

значення без зміни форми або запозичення з інших мов, які пристосовуються до системи цільової мови і нею засвоюються.

3. Категорія оцінки в мові визначається як позитивна чи негативна думка/ставлення мовця до предмета чи іншої людини. Слова, що характеризують предмет чи явище з погляду категорії цінності називаються оцінними мовними одиницями. Оцінка може виражатись експліцитно через оцінні складники залучених лексем або імпліцитно через контекст. Оцінна лексика включає в себе багатозначні слова і слова, у яких оцінка виражається суфіксами і префіксами. Оцінне висловлювання є одним із основних об'єктів дослідження в комунікативній лінгвістиці, оскільки у процесі передавання чи відповіді на повідомлення мовець використовує слово, що позначають його оцінну реакцію.

4. Було розглянуто способи утворення неологізмів: афіксація, скорочення, словоскладення та телескопія. На прикладах із англійських та українських ЗМІ дослідили особливості вживання неологізмів, утворених різними способами та визначили два найпоширеніші. Аналіз лексичних інновацій виявив, що як в англійській мові, так і в українській найчастіше використовують афіксацію та телескопію для створення слів у вигляді різних частин мов. Крім того, було виявлено, що неологізми утворенні саме шляхом афіксації та лексико-семантичним способом найчастіше володіють оцінним значенням.

5. Визначено лексико-семантичні групи неологізмів в англійському та українському медійному дискурсі. Найчастотнішою лексико-семантичною групою англійських оцінних неологізмів повсякденного життя людей у ЗМІ в досліджуваному матеріалі є група «Неологізми політичної сфери». Найрідше у досліджуваних ЗМІ зустрічаються неологізми, що належать до груп «Неологізми сфери ЗМІ», «Неологізми сфери «Психологія» та «Неологізми сфери «Здоров'я» . Найчастотнішою лексико-семантичною групою українських слів є неологізми із сфери інформаційних технологій. Відсоткові показники кількості лексико-семантичних груп та наявності у кожній неологізмів представлені у Додатку В. В обох мовах присутні неологізми суспільно-політичної сфери, сфери здоров'я, фінансово-економічної сфери, а також сфери інформаційних інноваційних

технологій. Частотність усіх представлена неоднаково – політичні неологізми представлені в англійському матеріалі у 25% випадків, а в українському матеріалі – 8%. Майже однакове відсоткове відношення неологізмів фінансово-економічної сфери (15% в англійському матеріалі, 12% – українському). Щодо відмінних рис, то спостерігаємо більше лексико-семантичних груп в англійському матеріалі (9), ніж в українському (7). Окрім лексико-семантичних груп неологізмів, була розглянута оцінна неологічна лексика соціальних мереж та сленг. Виявили, що сленг в англійському середовищі формує молодь, яка видозмінює форму слова або наділяє слово новим значення. Молодіжна лексика української мови базується на запозиченнях з англійської мови, хоча чимало нових сленгових слів формується і на базі наявних в українському мові слів та виразів.

6. Мова миттєво реагує на зміни в суспільстві, які зумовлюють появу нових слів. ХХІ ст. стало століттям нових технологій, пандемії та ворожих конфліктів. Усі ці події відобразилися в мові. Пандемія Covid-19 внесла свої корективи в життя людей і для позначення цих змін було створено чимало нових слів. Аналізуючи нові лексичні одиниць створенні в період пандемії, було виявлено, що найбільше нових слів утворилися шляхом афіксації та телескопії. Найменш продуктивним способом виявився спосіб скорочення. Здебільшого слова є власне неологізмами, багато з яких ставали основами для утворення ще інших лексичних інновацій (наприклад, слово “corona”). Крім того, було розглянуто оцінні неологізми, які утворилися на тлі російсько-української війни. Більшість нових лексичних одиниць є трансномінаціями, тобто утворенні лексико-семантичним способом, які здебільшого мають пейоративне оцінне значення. Українська мова за час війни поповнилася лексичними запозиченнями, які є найменуванням передових технологій та збройної техніки. Війна вплинула і на англійську мову. Іноземні ЗМІ для висвітлення подій в Україні використовували нові слова утворенні шляхом телескопії та лексико-семантичним способом. Чимало новотворів є результатом афіксації. Важливим явищем стало «розконсервування» лексики Другої світової війни. Таку лексику попри неабсолютну новизну варто вважати неологічною для ХХІ ст., оскільки вона активно корелює у різних рівнях мовлення людей, як у ЗМІ, так і в повсякденному житті.

7. Оцінна лексика у ЗМІ відіграє важливу роль, оскільки головним чином прагне виразити емоційне ставлення більшості людей до певної проблеми, явища, події чи особи. Оскільки, стиль медіатекстів є публіцистичний, часте вживання оцінної лексики є допустимим і в деяких випадках – необхідним. Вживання такої лексики одразу привертає увагу глядачів чи читачів, які часто поширюють інформацію усно чи письмово через різні соціальні мережі, через що медіа-дискур можна назвати основним засобом розповсюдження неологізмів. Таким чином, соціалізація нової оцінної лексичної одиниці проходить дуже швидко. Було визначено основні функції, які виконують оцінні неологізми в англійській та українських ЗМІ. Найпоширеніша функція в дискурсі є номінативна. Аналіз референтів українських та англійських оцінних неологізмів показав, що серед них переважають дії, процеси та явища.

Отож, деякі слова використовуються тисячоліттями, інші пристосовуються відповідно до вимог часу, а деякі зовсім виходять зі вжитку. Одні змінюють інформацію, другі інтерпретують її, але те, як ці слова створюються, і шлях, що вони проходять, аби стати частиною мовлення, може розповісти нам багато про світ і особливості нашого спілкування в ньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Наукові праці

1. Алексенко С. Вербалізація категорії оцінки в англійських кінорецензіях // Закарпатські філологічні студії : науковий журнал/ голов. ред. І. М. Зимомря. Видавничий дім «Гельветика», 2019. Т. 1 №вип. 11. Ужгород. С. 82-86
2. Арутюнова Н. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. М.: Наука, 1988. 341 с.
3. Верба Л. Порівняльна лексикологія англійської та української мов.[англ./укр.]: Навчальний посібник для ВНЗ. Нова Книга. 2008.
4. Галишин І. Телескопія як один із новітніх способів словотвору в англійській мові. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки.* № 3 : Філологічні науки. Мовознавство, Ч. 2. Луцьк, 2011. С. 82-87.
5. Горбач О. Поняття «неологізм» у сучасній неології. *Наукова думка.* Київ. 1998. С. 171-175.
6. Гречанюк Ю. Поняття «неологізм» і його типологія. *Збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Іноземна мова у професійній підготовці спеціалістів: проблеми та стратегії».* Кропивницький, 2022. 423 с.
7. Дзюбіна О. Проблематика визначення терміна «неологізм» (на матеріалі англійської мови) // *Філологічний дискурс: Зб. наук. праць.* 2017. Вип. 6. С. 221-228.
8. Дзюбіна О. Типологічні принципи класифікації неологізмів у сучасній англійській мові // *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету.* Серія: Філологія. Одеса 2018, № 33 (2). С. 38–40
9. Дзюбіна О. Диференціальні ознаки неологізмів і okazіоналізмів (на матеріалі художньої літератури та інтернет-реклами англійської мови). *Вісник ЛНУ ім. І. Франка. сер.: іноземні мови.* 2014. No 22. с.78–84.
10. Довбня Л. Інноваційна суспільно-політична лексика України: семантико-словотвірна мотивація. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна».* Острог, 2015. Вип. 53. С. 103-107.

11. Жулінська М. Концептуальна парадигма інформаційних неологізмів (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. . канд. філол. наук : 10.02.04 / Майя Олександрівна. Жулінська. К., 2011. 20 с
12. Качмарчик, С. Конверсія як основне джерело поповнення мовної лексики при вивченні англійської мови. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Філологічні науки*, 2015. С. 49-53.
13. Клименко Н. Конверсія // *Українська мова: Енциклопедія*. 2-ге вид., випр. і доп. К. : Вид-во «Укр. Енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 265-266.
14. Клименко О. Субкультури американського суспільства та розвиток словникового складу сучасної англійської мови // *Вісник СумДУ*. 2005. № 6 (78). С. 4
15. Коваленко К. Продуктивні способи утворення нових слів у сучасній англійській мові. *Актуальні проблеми сучасної медицини*. 2013. № 4. С. 211–214
16. Костюк Ю. Афіксальне словотворення суспільно-політичної неолексики. *Лінгвостилістичні студії*, 2017. С 78-84.
17. Красавіна В. Неологізація лексики в час пандемії коронавірусу (на матеріалі інтернет-видань та соціальних мереж) / В. Красавіна // *Культура слова*. 2020. Вип. 92. С. 203-215.
18. Кульчицька О. Про деякі критерії та методи визначення пейоративної лексики. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 2014. С. 242-24
19. Курило Т. Неологізми суспільно-політичної сфери (на матеріалі політичних промов Дж. Буша). *Перекладацькі інновації: матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції*, м. Суми, 12-13 березня 2015 р. Редкол.: С.О. Швачко, І.К. Кобякова, О.О. Жулавська та ін. Суми, 2015. С. 20-22.
20. Малярчук О. Засоби вербалізації категорії оцінки в сучасній англійській мові (на матеріалі політичних статей з журналу *The New Yorker*). *Нова філологія*, 2014. С. 192-197.
21. Малярчук О. Особливості творення неологізмів-телескопізмів у сучасній англійській мові (на матеріалі лексикографічних джерел). *Науковий вісник ДДПУ імені І.Франка. Серія «Філологічні науки»*. Мовознавство. 2015. № 3. С. 137–140.

22. Марчук Л. *Вербалізація оцінки в українській історичній прозі кінця хх–початку ххі ст.* PhD Thesis. Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка. 2015. 207 с.
23. Носко І. Семантична переорієнтація лексики як основний метод творення англійських неологізмів. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах. Збірник праць № 35.* Київ, 2017. С. 26-31.
24. Олексенко В. Неолексеми з компонентом анти- у мові сучасних ЗМІ: функційно-семантичний аспект. *Грамотичні студії : зб. наук. праць.* Вінниця, 2015. С. 106-109.
25. Онищенко І. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Дніпропетровськ, 2004. 20 с.
26. Очеретян Т. А., Марченко В. В. Особливості функціонування лексичних інновацій у сучасному англомовному інтернет-дискурсі. *Молодий вчений.* 2020. № 11. С. 468-471.
27. Рубанець Т. Конверсія як засіб словотвору: її становлення та типізація. *Наукові записки [Національного університету Острозька академія]. Сер.: Філологічна,* 2012, 26: 287-289.
28. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля – Київ, 2006. 716 с.
29. Семен Н., Тополук К. Інноваційна лексика в мові сучасних веб-медіа (на прикладі інтернет-варіанту газети «День»). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки.* 2020. Вип. 4. С. 205-210
30. Сенічева О. А. Оцінка як об'єкт лінгвістичного дослідження. *Нова філологія,* 2012. С. 154-156.
31. Сивак А. О. Способи утворення неологізмів, які використовуються при висвітленні подій, пов'язаних із пандемією Covid-19. *Publishing House "Baltija Publishing",* 2021. С. 263-267.

32. Сидорук Г. І. Інтернет-скорочення як засіб мовної економії. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2016. Вип. 14. С. 292-299.
33. Соссюр Ф. Заметки по общей лингвистике / Фердинанд де Соссюр. М.: Прогресс, 2000. 280 с.
34. Сухорукова О., Астафурова Т. Телескопия: Новый способ словообразования? *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. Волгоград, 2006. Вып. 5. С. 182–185.
35. Хачпанова І. В.; Козуб, Л. С. Специфіка значення емоційно-оцінної лексики. *Молодий вчений*, 2018. С. 555-557.
36. Чорна С. С. Особливості функціонування емотивно-оцінної лексики в публіцистичному тексті (на базі німецької преси). *Держава та регіони. Сер.: Гуманітарні науки*, 2013, 1: 38-41.
37. Чумак Л. М. Структурно-семантичні характеристики телескопних слів. *Вісник Житомирського педагогічного університету*. Житомир : Вид-во ЖДПУ, 2000. № 5. С. 78–81.
38. Чумак Л. М. Утворення англомовних одиниць за допомогою комбінування механізмів скорочення та суфіксації. «*Мовні і концептуальні картини світу*». Київ : Вид-во Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2011. Вип. № 37. С. 431–437.
39. Чумак Л. М. Сміслові представлення лексичних неологічних одиниць у сучасних англомовних медіа-текстах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Філологія. 2017. № 29. Том 2. С. 91–94.
40. Фіголь Н. М., Кібальник Р. В. Функціонування неологізмів у сучасному медіа-тексті. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2011. №23. С. 31-40.

Джерела матеріалу дослідження

41. 24 Канал. URL: <https://24tv.ua/>.
42. ABC News. URL: <https://abcnews.go.com>.

43. Atlantic Council – Shaping the global future together. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/>.
44. BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news>.
45. Bellingcat. URL: <https://uk.bellingcat.com/>.
46. CCN International – Breaking News, US News, World News. URL: <https://edition.cnn.com/>.
47. Defense Express. URL: <https://defence-ua.com>.
48. Financial Times. URL: <https://www.ft.com/>.
49. Forbes. URL: <https://www.forbes.com>
50. ENews. URL: <https://www.eonline.com/>
51. Eurointegration. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/>.
52. EspressoTV. URL: <https://espresso.tv/>.
53. I24 NEWS – Breaking news from the Middle East, Israel and around the world. URL: <https://www.i24news.tv/en>.
54. LB.ua. Дорослий погляд на світ. URL: <https://lb.ua/news>.
55. Na chasi – Суспільство. URL: <https://nachasi.com/society>
56. Newsroom. URL: <https://www.newsroom.kh.ua/>.
57. NewsUA. URL: <https://newsua.one>.
58. Republic World. URL: <https://www.republicworld.com>.
59. Sky News: The latest news from the UK and around the world. URL: <https://news.sky.com>.
60. The Conversation. URL: <https://theconversation.com/global>.
61. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com>.
62. The Independent. URL: <https://www.independent.co.uk/>.
63. The Village. URL: <https://www.the-village.com.ua>.
64. The York Press: York News, Sport and Events. URL: <https://www.yorkpress.co.uk>
65. UAZMI. URL: <https://uazmi.org/news/>.
66. Ukraine crisis media center. URL: <https://uacrisis.org/uk/>.
67. Yahoo News – Latest News and Headlines. URL: <https://news.yahoo.com/>.

68. ZIK.UA. URL: <https://zik.ua/news>.
69. ZN, UA. Дзеркало тижня. URL: <https://zn.ua/>.
70. АрміяInform – Інформаційне агентство АрміяInform. URL: <https://armyinform.com.ua/>.
71. Без Брехні – ми робимо фактчек. URL: <https://without-lie.info/>.
72. Волинські новини. URL: <https://www.volynnews.com/>.
73. Громадське. URL: <https://hromadske.ua/>.
74. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/>.
75. Перший український інформаційний «5 Канал». URL: <https://www.5.ua/>.
76. Радіо Свобода України – новини, ексклюзиви і перевірені факти. URL: <https://www.radiosvoboda.org/>.
77. Суспільне | Новини. URL: <https://suspilne.media/>.
78. Суспільство – Обозреватель – Obozrevatel. URL: <https://news.obozrevatel.com/ukr/>.
79. ТСН. URL: <https://tsn.ua>.

Довідкова література

80. Cambridge dictionary. English dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>.
81. Dictionary.com. | Meaning and Definitions of words. URL: <https://www.dictionary.com/>
82. Longman Dictionary of Contemporary English. URL: <http://www.ldoceonline.com/>.
83. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. Oxford: Macmillan Publishers Ltd., 2002. 1692 p. URL : <http://www.macmillandictionaries.com/>
84. Our World In Date. URL: <https://ourworldindata.org/>.
85. Oxford Dictionary of New Words / [compiled by S. Tulloch]. Oxford: Oxford University Press, 1992. 322 p.
86. Slang Dictionary. Text Slang, Internet Slang, & Abbreviations. URL: <https://www.liveabout.com/urban-internet-slang-dictionary-3486341>.

87. Urban Dictionary. URL: <http://www.urbandictionary.com>
88. Word Spy. URL: <http://www.wordspy.com>
89. Академічний тлумачний словник української мови. URL <http://sum.in.ua/>
90. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник. Вінниця: Нова Книга, 2008. 360 с.
91. Шевченко Л. І., Ніка О. І., Хом'як О. І., Дем'янюк А. А. Новий словник іншомовних слів: близько 40 ти с. слів і словосполучень / [за ред. Л. І. Шевченко]. Київ: Арій, 2008. 672 с.

Інтернет-джерела

92. 54 Great Examples of Modern-Day Neologisms. URL: <https://www.vappingo.com/word-blog/great-examples-of-neologisms/> (дата звернення: 07.06.2022).
93. EF. 10 English slang terms you need to know in 2022. URL: <https://www.ef.com/wwen/blog/language/english-slang-terms-2022/> (дата звернення: 22.09.2022).
94. LSE Brexit 2015-2021. URL: <https://blogs.lse.ac.uk/brexit/2016/12/22/now-thats-what-i-call-brexit-delving-into-the-brexicon-of-brexit/> (дата звернення: 01.02.2022).
95. Mental Floss. From “Adorkable” to “Yeet”: 30 Words Merriam-Webster Just Added to the Dictionary. URL: <https://www.mentalfloss.com/posts/merriam-webster-dictionary-new-words-2022> (дата звернення: 04.10.2022)
96. The Sydney Morning Herald. Adorkable, sessional and hoglet: this year's dictionary contenders. URL: <https://www.smh.com.au/culture/books/adorkable-sessional-and-hoglet-this-year-s-dictionary-contenders-20220912-p5bhed.html> (дата звернення 05.10.2022).
97. Зумер, краш, стенисти: що насправді означають модні підліткові словечка? URL: <https://osvitoria.media/experience/zumer-krash-stenyty-shho-naspravdi-oznachayut-modni-pidlitkovi-slovehka/> (дата звернення: 25.09.2022).

98. Варіанти Львів. Неологізми війни: слова, що з'явилися за останні пів року. URL: <https://varianty.lviv.ua/89865-neolohizmy-viiny-slova-shcho-ziavylysia-za-ostanni-piv-roku> (дата звернення: 25.08.2022).

99. Войтенко К. Класифікація запозичень в сучасних лінгвістичних дослідженнях. URL: http://www.rusnauka.com/7_NMIV_2010/Philologia/60103.doc.html (дата звернення: 16.06.2022).

100. Новітні сленгізми-неологізми – мовне відзеркалення війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3490258-novitni-slengizmineologizmi-movne-vidzermalenna-vijni.html> (дата звернення: 27.05.2022).

101. Це ж було вже, локдаун і кіборги: 34 нові українські неологізми і фразеологізми. URL: <https://chytomo.com/tse-zh-bulo-vzhe-lokdaun-i-chyruvannia-33-novi-ukrainski-neolohizmy-i-frazeolohizmy/> (дата звернення: 25.05.2022).

102. Як зрозуміти підлітка: словник молодіжного сленг. URL: <https://learning.ua/blog/202004/yak-zrozumity-pidlitka-slovnyk-molodizhnoho-slenhu/> (дата звернення: 27.09.2022).

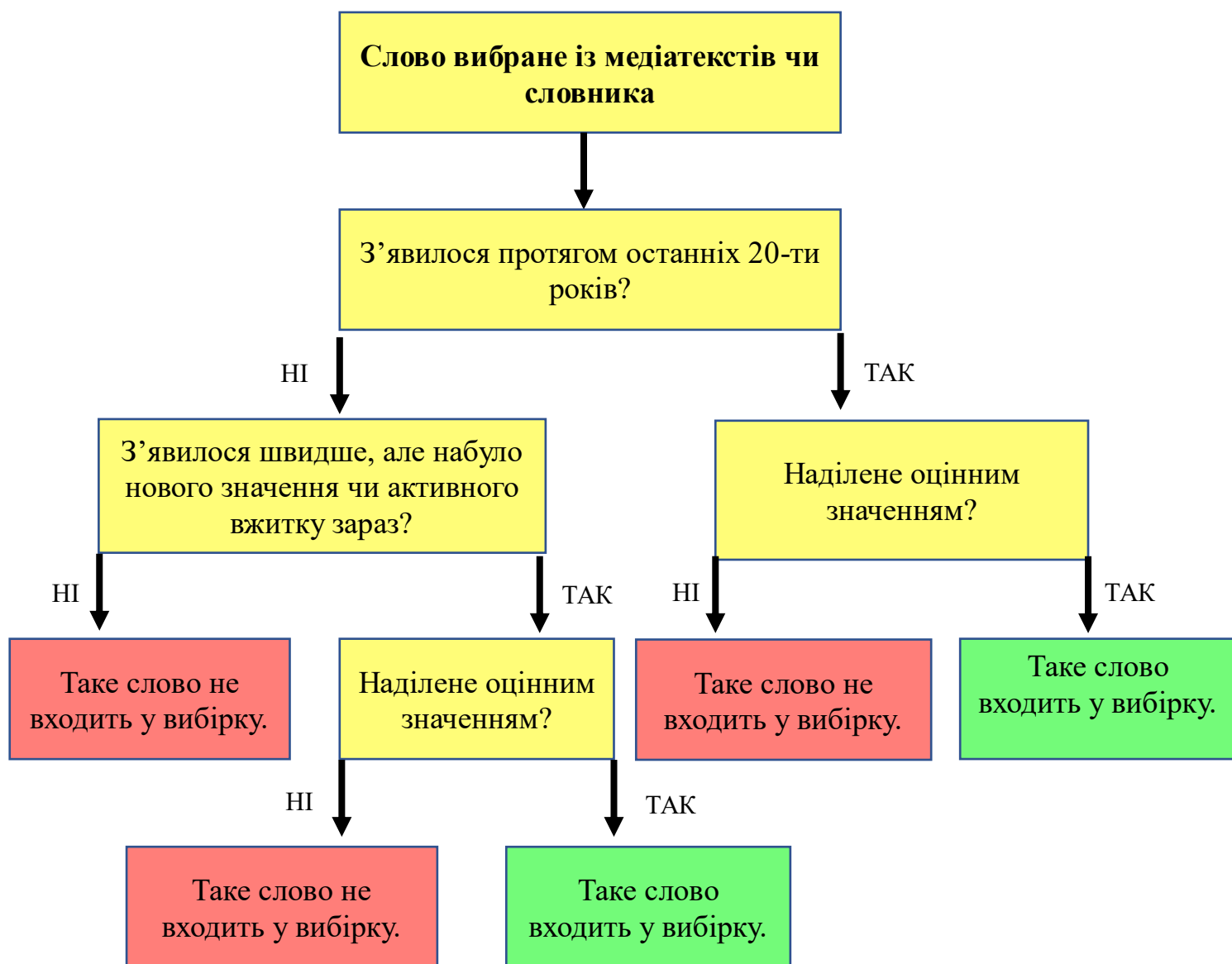
103. Українська правда. Сто днів війни в Україні. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2022/06/3/7350186/> (дата звернення: 20.06.2022).

ДОДАТКИ

Основні етапи написання роботи та використані методи дослідження на кожному етапі



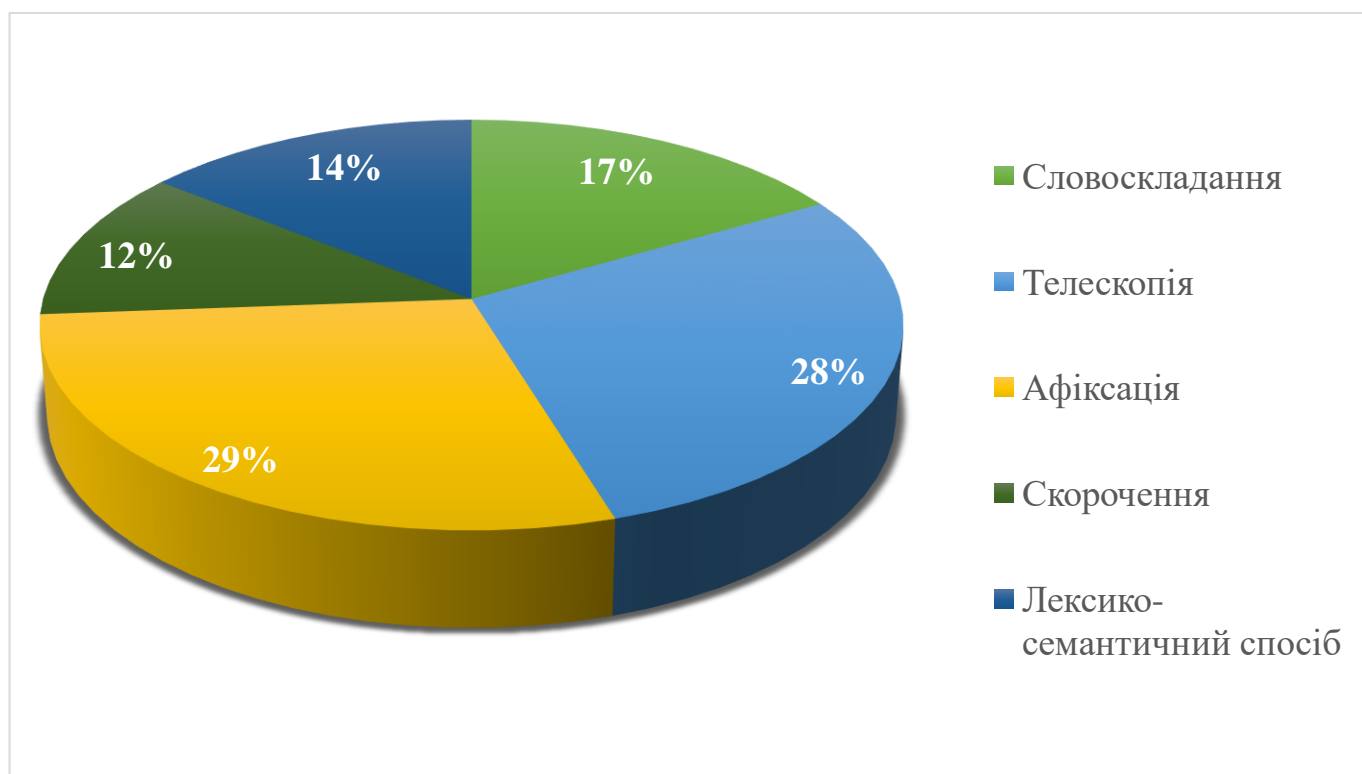
Алгоритм відбору неологізмів для дослідження



**Лексико-семантичні групи неологізмів в англomовному та українomовному
медійному дискурсі**

| № з/п | В англomовному дискурсі | | В українomовному дискурсі | |
|----------|--|-------------------|--|-------------------|
| | Лексико- семантичні групи | Частотність, % | Лексико-семантичні групи | Частотність, % |
| 1 | Неологізми виробничої сфери | 10 | Неологізми із сфери інформаційних технологій | 28 |
| 2 | Неологізми військової сфери | 5 | Неологізми із сфери суспільного життя | 8 |
| 3 | Неологізми сфери ЗМІ | 5 | Неологізми із сфери спорту | 16 |
| 4 | Неологізми сфери «людина, її характеристики та поведінка» | 5 | Неологізми на позначення машин і механізмів | 4 |
| 5 | Неологізми медичної сфери | 5 | Неологізми із сфери дозвілля | 12 |
| 6 | Неологізми побутової сфери | 15 | Неологізми із сфери здоров'я | 20 |
| 7 | Неологізми фінансової сфери | 15 | Неологізми із сфери економіки | 12 |
| 8 | Неологізми політичної сфери | 25 | | |
| 9 | Неологізми соціальної сфери | 15 | | |

Співвідношення основних способів утворення неологізмів пов'язаних із пандемією COVID-19 в англійській мові

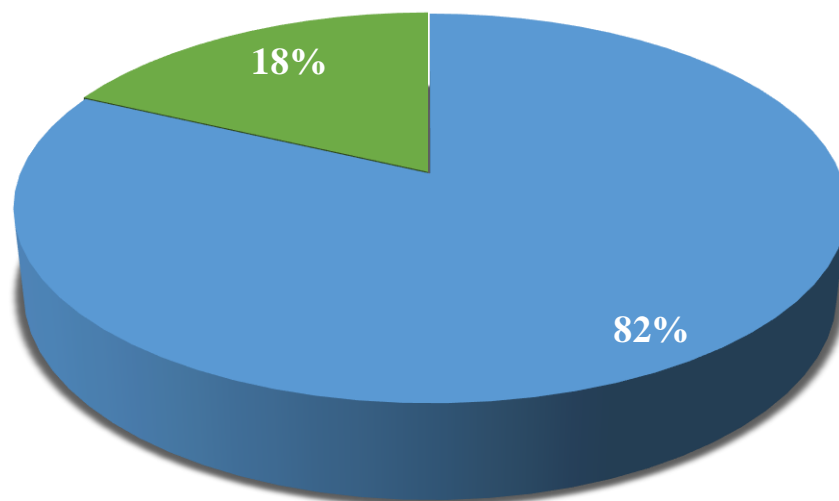


Приклади вживання оцінних неологізмів в українських ЗМІ та їх функціонування

| № | Вид неологізму | Неологізм | Приклад у ЗМІ | Оцінне значення |
|---|----------------------|------------------|---|-----------------|
| 1 | Трансномінація | Рашист | «Комбат сказав – беріть лопати та йдіть як піхота, помирайте. Рашист розповів матері про становище на фронті» [45]. | Пейоративне |
| 2 | Трансномінація | Бандера-смузі | «Закарпаття приймає переселенців та готує складники до « Бандера-смузі »» [59]. | Пейоративне |
| 3 | Семантична інновація | Паляниця | «Скажіть « Паляниця »: у луцькому дворі діти облаштували блокпост» [54]. | Мейоративне |
| 4 | Семантична інновація | Лендліз | « Ленд-ліз : як США допомагатимуть Україні перемогти у війні» [60]. | Мейоративне |
| 5 | Власне неологізм | Русофобія | «Росії більше не залишилося союзників і пояснення цього – агресивна політика російської влади, а не горезвісна русофобія , про яку постійно говорять на російському телебаченні» [38]. | Пейоративне |
| 6 | Семантична інновація | Російська навала | «Війна минулого та майбутнього: що показали 100 днів російської навали » [35] | Пейоративне |
| 7 | Семантична інновація | Орки | «Російські орки руйнують лисичанськ: снарядом вбило жінку, пошкоджено пожежну частину» [58]. | Пейоративне |
| 8 | Семантична інновація | Нація нескорених | Підтримали нескорену націю : у Чернівцях відбувся «Бій за Україну» [62]. | Мейоративне |

| | | | | |
|----|----------------------|-----------------|---|-------------|
| 9 | Семантична інновація | Спецоперація | «Путін: наша «спецоперація» стала для Заходу «рятувальним кругом», щоб звалити на Росію всі проблеми» [59]. | Пейоративне |
| 10 | Власне неологізм | Оркостан | «Хто досі любить оркостан ? В яких країнах центрально-східної Європи вважають, що рф хороша?» [55]. | Пейоративне |
| 11 | Семантична інновація | Чорнобаївка | «Ще одна Чорнобаївка : на Запоріжжі ЗСУ вже кілька разів вгнали по рашистських складах із боєприпасами» [58]. | Мейоративне |
| 12 | Семантична інновація | Привид | « Привид Києва » перейшов на МіГ-29 у таємничому камуфляжі» [41]. | Мейоративне |
| 13 | Трансномінація | Запоребрик | «Українські ЗМІ масово розтиражували це і учинили цілком правильно: українці мають знати, як ситуацію в нашій країні змальовує «запоребрик» »[57]. | Пейоративне |
| 14 | Трансномінація | Ерефія | Приховані міфи пропаганди: Чому Ерефія назвала вторгнення в Україну «спецоперацією» [55]. | Пейоративне |
| 15 | Власне неологізм | Рашизм | « Рашизм як прояв тваринності проти людства і людяності» [54]. | Пейоративне |
| 16 | Власне неологізм | Дерусифікація | « Дерусифікація столиці: з'явилися перші результати голосування за перейменування Київських вулиць» [62]. | Пейоративне |
| 17 | Власне неологізм | Денацифікація | « Денацифікація в дії: окупанти вивезли з бібліотеки Маріуполя до Донецька українські книжки» [60]. | Пейоративне |
| 18 | Власне неологізм | Демілітаризація | «Спецоперація «демлітаризація» : через нестачу ППО «друга армія світу» вже прикручує сухопутні ЗРК «Тор» на кораблі» [58]. | Пейоративне |

Співвідношення використання оцінних неологізмів у медіа-дискурсі



■ Пейоративні неологізми ■ Мейоративні неологізми