

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему СТРУКТУРНІ І КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УТВОРЕННЯ
ОКАЗІОНАЛЬНИХ НЕОЛОГІЗМІВ В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0358-а-з,
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські
мови та літератури, перша –
англійська
освітньої програми Мова і
література (англійська)
Встрова Наталя Іванівна

Керівник: д.ф.н., доц. Галуцьких І. А.
Рецензент: к.п.н., доц. Надточій Н. О.

Запоріжжя – 2020

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет іноземної філології
Кафедра англійської філології
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035. 041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська
Освітня програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

«_____» _____ 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
ВСТРОВІЙ НАТАЛІ ІВАНІВНІ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Структурні і концептуальні засади утворення оказіональних неологізмів в публіцистичних текстах»

Керівник кваліфікаційної роботи (проекту) Галуцьких Ірина Анатоліївна,
доктор філологічних наук, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ «22» квітня 2019 року № 596-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту): 10 січня 2020 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту)
теоретико-методологічні засади неології, когнітивної лінгвістики, корпус публіцистичних текстів англійською мовою

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1) здійснити огляд теоретичних джерел; 2) розглянути поняття та історію дослідження неологізмів і оказіоналізмів; 3) виявити та систематизувати оказіональні новоутворення у публіцистичних текстах; 4) здійснити їх структурно-семантичний на концептуальний аналіз

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Галуцьких І. А., д. ф.н., доц.	05.05.2019	05.06.2019
Розділ 1	Галуцьких І. А., д.ф.н., доц.	06.06.2019	06.07.2019
Розділ 2	Галуцьких І. А., д.ф.н., доц.	07.07.2019	07.08.2019
Висновки	Галуцьких І. А., д.ф.н., доц.	08.09.2019	09.10.2019

6. Дата видачі завдання 05.05.2019 р

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	травень 2019	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	травень 2019	виконано
3.	Написання вступу	червень 2019	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	серпень 2019	виконано
5.	Написання практичного розділу	вересень 2019	виконано
6.	Формулювання висновків	грудень 2019	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	січень 2020	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	січень 2020	виконано
9.	Захист	січень 2020	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Студент _____
(підпис)

Керівник роботи (проекту) _____
(підпис)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____
(підпис)

Н. І. Ветрова
(ініціали та прізвище)

І. А. Галуцьких
(ініціали та прізвище)

М. В. Залужна
(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота 79 стор., 73 джерел.

Об'єкт дослідження – процеси неологізації у словниковому складі англійської мови ХХ – ХХІ ст..

Мета роботи – виявлення, систематизація, способів утворення okazionalizmів у сучасних публіцистичних текстах, а також їх семантико-когнітивний аналіз.

Методи дослідження – метод лінгвістичного спостереження та опису (прийоми спостереження, узагальнення, типологізації аналізованого матеріалу); метод структурного і словотвірного аналізу; метод контекстуального аналізу; метод семантичного аналізу; метод дефініційного аналізу; метод концептуального аналізу.

У першому розділі магістерської роботи викладені теоретичні основи визначення сутності поняття «неологізм» та «okazionalizm». Проблеми їх визначення, ознаки класифікації та опис методології дослідження okazionalizmів з акцентом на когнітивному підході. Досліджені основні особливості публіцистичного стилю. Другий розділ присвячено структурним та концептуальним засадам утворення okazionalizmів в публіцистичних текстах. Проведено аналіз морфологічного та семантичного способу творення okazionalizmів виявлені основні форми словотворення та проведено когнітивно-семантичний аналіз лексичних інновацій.

Ключові слова: *концепт, концептуальне поле, okazionalizm, морфологічний, семантичний, неологізм.*

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ	6
1.1 Особливості лексичної системи мови та механізми утворення неологізмів.....	6
1.2 Проблематика визначення терміна «неологізм»	14
1.3 Принципи диференціації основних понять неології	21
1.4 Сучасні підходи до вивчення неологізмів	29
1.5 Ключові особливості публіцистичного стилю	34
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УТВОРЕННЯ ОКАЗІОНАЛЬНИХ НЕОЛОГІЗМІВ В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ	39
2.1 Етапи дослідження okazіональних неологізмів в публіцистичних текстах.....	39
2.2 Структурні особливості утворення okazіональних неологізмів	40
2.3 Когнітивно-семантичні особливості утворення okazіональних неологізмів.....	67
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75

ВСТУП

Найважливішою умовою існування мови є її безперервний розвиток, який виражається в появі нових слів. Процес пізнання світу, поява нових понять, зміни в суспільному житті, прогрес у науці і техніці відбуваються безперервно, що вимагає від мови забезпечити мовців необхідною кількістю нових лексичних одиниць. Велика кількість нових слів, щорічно з'являється в англійській мові, це вимагає від дослідників не тільки фіксувати, а й аналізувати їх. Початок ХХІ століття характеризується стрімким зростанням засобів масової комунікації. Активний розвиток традиційних ЗМІ: радіо, телебачення, преси, поява і широке поширення інтернет-комунікації привели до створення особливої медіасреди, єдиного інформаційного простору, реалізованого на базі великого числа медіапотоків. Сучасні тенденції розвитку ЗМІ, безсумнівно, відбилися на процесах освіти і поширення мовних новоутворень, особливості їх мовного вживання, характер і динаміку мовних процесів в сучасній англійській пресі.

Питання про появу нових слів у системі мови, про принципи їх творення, класифікації, функціонування завжди привертала увагу мовознавців. Найбільших успіхів у розробці теоретичних і методичних питань неології досягли французькі лексикологи, зокрема М. Cohen, А. Darmsteter, L. Derooy, В. Gardin, Р. Gilbert, L. Guilbert. Успішно розробляли науку про неологізми також російські лінгвісти – В. І. Заботкіна, О. С. Кубрякова, А. Г. Ликов, В. В. Єлісеєва та ін.

Основний обсяг виникнення лексичних новоутворень доводиться сьогодні на сферу засобів масової комунікації. Тексти засобів масової інформації, представляють одну з форм сучасної мови, яка найбільш активно розвивається. При цьому корпус публіцистичних текстів, а відповідно і поява в їх рамках мовних новоутворень, переданих в засобах масової інформації, постійно збільшується, що не може не привертати уваги лінгвістів.

Актуальність теми зумовлена необхідністю дослідження даного пласта лексики, оскільки кількість нових лексичних одиниць у цій сфері щорічно збільшується, що проявляється, зокрема, у появі okazіональних утворень, а неологія поповнюється новими методами аналізу.

Об'єктом дослідження постають процеси неологізації у словниковому складі англійської мови ХХ – ХХІ ст.

Предмет дослідження – структурно-семантичний та концептуальний аспекти утворення okazіональних неологізмів в публіцистичному дискурсі англійської мови.

Мета дослідження полягає у виявленні, систематизації способів утворення okazіоналізмів у сучасних публіцистичних текстах, а також їх семантико-конітивному аналізі.

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

- обґрунтувати теоретичні засади дослідження неологізмів у англійській публіцистиці ХХ – ХХІ століття;
- розглянути теоретичні передумови вивчення мовних новоутворень в сучасній англійській пресі;
- визначити основи вивчення публіцистичного дискурсу та його особливості;
- розглянути чинники, що впливають на актуалізацію мовних новоутворень і визначити їх основні ознаки;
- сформулювати і систематизувати корпус мовних одиниць, що є okazіональними утвореннями у публіцистичному дискурсі;
- провести структурно-семантичний та концептуальний аналіз дібраних мовних одиниць в контексті англійської культури.

Матеріалом дослідження виступив корпус текстів англійських та американських газет “*The Economist*”, “*The Guardian*” “*Financial Time*” “*ChicagoTribune*”, “*The Washington Post*” та ін.

Методи дослідження: 1) метод лінгвістичного спостереження та опису (прийоми спостереження, узагальнення, типологізації аналізованого

матеріалу); 2) метод структурного і словотвірного аналізу; 4) метод контекстуального аналізу; 5) метод семантичного аналізу; 7) метод дефініційного аналізу; 6) метод кількісного підрахунку, 8) метод концептуального аналізу.

Наукова новизна дослідження визначається дослідженням останніх новоутворень англійської мови, що не отримували висвітлення у лінгвістичній літературі, а також застосуванням комплексного підходу до їх аналізу із залученням когнітивного підходу.

Практична значимість дослідження полягає в тому, що висновки, отримані в ході дослідження, а також дослідницький матеріал можуть застосовуватися у формуванні мовної компетенції у тих, хто вивчає англійську мову, через те, виникають об'єктивні складності оволодіння новою лексикою у відриві від соціокультурного середовища функціонування англійської мови.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Основний текст складає 71 сторінки, загальний обсяг 79 сторінок. У першому розділі здійснено аналітичний огляд літератури з теми, що сприяло вивченню теоретичних положень проблем неології, зокрема визначення основних понять неології та класифікації неологізмів, їх інтеграція в систему мови з точки зору публіцистики.

Проаналізовано особливості мови публіцистичного стилю. Проведено аналіз морфологічного та семантичного способу утворення оказіональних неологізмів.

У другому розділі дається практичний аналіз оказіональних неологізмів із публіцистичних джерел. З'ясовано, що в утворенні нових одиниць роль словотворення є досить вагомою. Виділено та підраховано основні типи словотвору, а також кількість тематичних груп. Проведено структурно – семантичний та концептуальний аналіз дібраних оказіональних неологізмів та висновки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

1.1 Особливості лексичної системи мови та механізми утворення неологізмів

Словниковий склад англійської мови, як і інших мов, постійно розвивається. Поява нових умов існування людини, нові стосунки між мовцями, нові галузі знань та концепції вимагають відповідних змін у мові, які б відображали навколишню реальність та внутрішній світ мовця. Адже саме лексичний склад є тим компонентом мови, якому притаманні постійні зміни, що пояснюються новими когнітивними та комунікативними потребами мовців. Таким чином, з'являються численні нові слова – неологізми, які можна інтерпретувати як лексичні відповідники до змінених комунікативних умов.

Неологізми пов'язані практично зі всіма сферами життя сучасного англomовного суспільства.

У ХХ ст. більшості неологізмів був потрібен час, щоб міцно закріпитися в мові повсякденного спілкування. Однак, як за останнє десятиліття з розвитком інформаційних технологій, соціальних мереж та інших різноманітних і широких можливостей для спілкування спостерігається не тільки інтенсифікація, прискорення процесу створення, а й, що важливо, швидке поширення нових слів як в даному мовному колективі, так і по всьому світу. Видання "*The Telegraph*" стверджує, що нові слова входять в мову настільки стрімко, що «проходять повз» цілого покоління (*terms have entered the language so quickly that they have bypassed the entire generation*) [The Telegraph. June, 2005].

Ден Клейтон, аналізуючи сприйняття мовних змін, цитує ряд представників засобів масової інформації, які описують нові слова, що народжуються в молодіжному сленгу або прийшли з американського варіанту англійської мови, як «занепад», «виродження», «руйнування» англійської мови (*decline, decay and collapse*), порівнюючи їх з видом Каролінських сірих білок, які витісняють корінні види, руйнуючи тим самим мовну екосистему («*like the grey squirrel destined to drive out native species and ravage the linguistic ecosystem*») [Clayton 2016. с. 86-87].

Дослідження новоутворених слів є невід'ємною частиною лексикології. Неологізми показують здатність мови відображати динамічний розвиток суспільства і в той самий час розширення традиційних меж словотворення.

Для відображення, відтворення й закріплення нових ідей і понять мова, і лексика зокрема, мають перебудовуватися, поповнюватися новими компонентами. Розвиток мови зумовлений значною мірою розвитком її словотвірної системи, становленням нових словотвірних моделей слів, зміною існуючих, збільшенням чи зменшенням їх продуктивності, багатьма іншими факторами словотвірного процесу. Англійська мова так само як і багато інших мов, переживає «*неологічний бум*». Величезний притік нових слів і необхідність їх перекладу зумовили створення особливої галузі лексикології - неології - науки про неологізми.

Однак теорія неології в англійській мові ще не сформувалася як самостійна галузь лексикології. Між тим, в англійській мові в середньому за рік з'являється 800 нових слів – більше, ніж у будь-якій іншій мові світу. У зв'язку із цим перед дослідниками постає завдання не лише фіксувати нові слова, але й досліджувати їх.

Нова лексична одиниця проходить кілька стадій соціалізації (прийняття її в суспільстві) і лексикалізації (закріплення її в мові). З'явившись, неологізм поширюється, як правило, викладачами університетів, шкільними вчителями, працівниками засобів масової інформації. Потім він фіксується в друці. Наступна стадія соціалізації – прийняття нової лексичної одиниці широкими

масами носіїв мови. Після цього розпочинається процес лексикалізації: придбання навичок використання неологізмів у суспільстві, виявлення умов та протипоказань для його використання в різних контекстах. У результаті утворюється лексична одиниця окремого структурного типу (просте, похідне, складне, складнопохідне слово чи словосполучення), яка входить у різні словники неологізмів [Кузьменко 2017, с. 1].

Потрібно немало часу, аби нові слова міцно закріпилися в мові, а їх уживання було зрозуміле кожному. Адже менше ніж 10 років тому такі вирази, як *“inflection with an electronic virus”* або *“a woopy receiving a golden goodbye”*, були нічим іншим, як словами з незрозумілим значенням. Тепер вони ніяк не відрізняються від виразу *“the cat sat on a mat”*, і в нас не виникає жодних труднощів у розумінні цього значення.

Поява нового слова є результатом боротьби двох тенденцій – розвитку мови та її зберігання. При цьому поява нового слова не завжди викликана прямими потребами соціуму в новому значенні.

Жодна нова наука не в змозі без неологізмів, нових слів та нових інтерпретацій уже існуючих слів пояснити та описати реалії сьогодення по-новому. Нові знання вимагають нових термінів і концепцій. Відмовитися від неологізмів означає відмовитися від наукового розвитку.

Довгий час західні лінгвісти вважали неологізми патологічними відхиленнями від норми. Так, третій Новий інтернаціональний словник Вебстера (1966) описує неологізм як *“a meaningless word coined by psychotic”*; інші лінгвістичні класичні праці – такі, як *“Language”* Блумфільда, *“Semantics”* Лайонса, взагалі не визначають цей термін [Шутова 2010, с. 95]. У 1975 році французький лексикограф Ален Рей опублікував працю *«Essai de definition du concept de neologisme»*, де дав ретельне теоретичне обґрунтування процесу лексичної неології і заклав теоретичні основи для систематичного лексикологічного і термінологічного дослідження в цій сфері. Поміж іншого, Рей визначив соціальні та прагматичні аспекти лінгвістичної неології.

Неологізм, як лінгвістичне явище має розглядатися в різних аспектах: часовому (синхронічний), географічному, соціальному і комунікативному.

За визначенням А. Рея, неологізм – це «одиниця словникового складу, слово, елемент слова або фраза, значення якої передбачає ефективне функціонування в специфічній моделі комунікації і яка не мала ні матеріальної форми, а ні лінгвістичної форми на попередньому щаблі розвитку» [Rey 2013, с. 97].

Неологізми – це нові слова, що з'являються в мові в результаті різних змін в житті суспільства, в області культури, науки, політики та мистецтва. Слід розрізняти неологізми двох видів: нові слова, і нові значення, які з'явилися у «старих» слів. Обидва види являють труднощі для розуміння, тому що такі слова і значення неможливо знайти в звичайних двомовних словниках і далеко не завжди можна знайти навіть в новітніх одномовних тлумачних словниках. Ще одним чинником, що гальмує реєстрацію неологізмів, як у двомовних, так і в одномовних тлумачних словниках, є їх тимчасове, швидкоплинне існування в мові, тобто спостерігається те саме явище, що і в області сленгу. Неологізми і інші образні слова і фрази, так само як і сленгізми, народжуються так стрімко особливо в мові публіцистики, науки і техніки, що, на думку І. Р. Гальперіна, «ніякий словник не може, та і не повинен відразу фіксувати їх появу» [Гальперін 2008, с.108]

У мові все спрямоване до певної цілі – висловлення думки. Тому утворення мови можна уявити собі як взаємодію духовного прагнення позначити матеріал, якого потребують внутрішні умови комунікації.

Важливим питанням для дослідження є також питання про те, як створюється нове слово. Встановлено, що в акті первинної появи об'єкта бере участь певний індивідуум. У структурі акту номінації відправним пунктом виявляється складне переплетіння інтенцій мовця і його особливих смислів, тобто індивідуальне смислове завдання мовця.

Людина, яка створює нове слово (*originator*), прагне до індивідуалізації і оригінальності. Потім слово проходить декілька стадій соціалізації (сприйняття

його в суспільстві) і лексикалізації (закріплення в мовній системі). Слово сприймається посередниками (*purveyors*), які поширюють його серед мас. Це, як правило, викладачі університетів, репортери, робітники засобів масової інформації. Слово фіксується в періодичній пресі. Наступна стадія соціалізації – прийняття слова широкими масами носіїв мови. Далі йде процес лексикалізації, а потім – набуття навичок адекватного використання нового слова, тобто набуття комунікативно-прагматичної компетенції носіями мови [Шутова 2010, с. 90].

Як відомо, невизначеність терміна «неологізм» є донині однією з найважливіших проблем неології. В цьому плані відзначається нечіткість у стилістичній характеристиці неологізмів, у відмежуванні їх від суміжних явищ – okazіональних авторських новотворів і використання нових слів (потенційні слова) [Шутова 2010, с. 93].

З іншого боку, постійно зростаючий інтерес сучасної лінгвістики до різних аспектів словотворення пояснюється тим, що слово є центральною одиницею мови.

Власні характеристики слова як лексичної одиниці перетинаються в ньому з характеристиками інших елементів мови. Ця взаємодія лежить в основі функціонування мовної системи в цілому [Зацний 2016, с. 12].

У сучасних дослідженнях семантики похідних слів усе частіше виявляється тенденція вийти за рамки самого слова як одиниці мовної системи, що викликано намаганням зрозуміти, як функціонують похідні слова в мовленні і на якій основі, зрозуміти механізм формування семантики нового слова.

Наразі спостерігається розширення старих і поява нових сфер номінації, які викликані бурхливим розвитком науки, техніки, засобів масової інформації [Зацний 2016, с. 16].

Однак розвиток номінативної функції мови відбивається не тільки в розширенні і оновленні поняттєвої сфери віднесеності найменування, але й у зміні способів номінації. Як відомо, в різні епохи мовного розвитку і в різних

мовах переважають різні типи створення номінацій. Необхідно підкреслити, що номінативна функція мови розвивається не тільки в результаті впливу соціолінгвістичних факторів і еволюції суспільно-історичного досвіду носіїв мови.

Зміна чи поява нових умов у екстралінгвальному просторі, нові стосунки між мовцями, галузі знань та концепції вимагають відповідних змін у мові, які відображали б навколишню реальність та внутрішній світ мовця. Адже саме лексичний склад є тим компонентом мови, якому притаманні постійні зміни, що пояснюються новими когнітивними та комунікативними потребами мовців. Таким чином з'являються численні нові слова – неологізми, які можна інтерпретувати як лексичні відповідники до змінених комунікативних умов [Арнольд 2017, с. 23].

Серед нової лексики переважають номінації, нові як за формою, так і за змістом. Аналіз нових номінативних одиниць за способом творення показав, що в мові останніх десятиліть переважають морфологічні неологізми, тобто одиниці, створені за зразками, що вже існують у мовній системі. Між типом номінативної одиниці і способом її творення існує визначена кореляція. Трансформації, які поєднують новизну форми зі змістом, який передавався раніше іншою формою, з'являються шляхом запозичення, а також через морфологічне творення. Семантичні інновації, які поєднують новизну змісту з уже існуючою формою, з'являються шляхом зміни значення [Антрушина 2011, с. 17].

Однак у теорії неології англійської мови існує ще багато проблемних сфер дослідження. Це стосується насамперед системного аналізу факторів, етапів, механізму появи нових слів і значень у плані як екстралінгвальної (соціолінгвістичної або функціонально-прагматичної піднесеності), так і власне лінгвальної зумовленості переважно продуктивних моделей у мові. З'ясовано, неологізми збагачують лексичний склад мови і таким чином підтверджують динамічну природу мови. Попри думку деяких критиків, які піклуються про “чистоту” мови, не потрібно недооцінювати значення

неологізмів для її розвитку. Саме вони розв'язують суперечності, які виникають між наявним лексичним складом мови та новими комунікативними і когнітивними потребами мовців. Вони заслуговують на увагу науковців, можливо, у вигляді опублікованих збірок неологізмів, адже словники не можуть відобразити постійне зростання кількості лексичних новинок [Арнольд 2017, с. 28].

Зміни діяльного світу людини ведуть до появи нових та розширення старих фрагментів картини світу, які, у свою чергу, потребують фіксації на «мовній карті світу». Змінюється картина світу, з'являються нові сектори: космонавтики, комп'ютерної техніки, генної інженерії і т. ін. А це означає, що в мові продовжуватимуть з'являтися нові слова, які з часом пройдуть усі стадії соціалізації і лексикалізації, тобто прийняття їх у суспільстві. Словниковий склад англійської мови є одним цілим і постійно змінюється та поповнюється новими мовними одиницями. Найпоширенішими сферами виникнення неологізмів є насамперед ті, в яких трапляються інновації, – сучасні технології, науковий прогрес та всі ті нові, маловідомі події, які відбуваються в житті англійського суспільства, тобто всі ті фактори, що й приводять до появи неологізмів. Велика кількість неологізмів з'являється саме у сфері інформаційних технологій, економіки та в повсякденному житті. У сучасній англійській мові накреслюється тенденція до збільшення словникового складу. Кількість нових слів швидко зростає, різні сфери і галузі людської діяльності постійно збагачуються ними, і необхідно, в міру можливостей, простежити цей процес. Проведена робота допомогла детально розглянути цей засіб поповнення словникового складу, але залишилося ще багато актуальних питань, які вимагають подальшого вивчення, було досліджено далеко не всі проблеми сучасної англійської неології. Ця наука становить значне поле діяльності для всебічного вивчення. Без сумніву, можна констатувати, що подальше дослідження неологізмів, шляхів їх адаптації і зв'язки з різними галузями діяльності людей буде доцільним та необхідним [Антрушина 2011, с. 19].

Немає одностайної думки і щодо визначення нових словотворень у мовленні, котрі ще не зареєстровані в словниках. Одні автори називають їх okazіоналізмами, інші - потенційними словами, ще інші - формальними неологізмами.

Інтеграція англомовних країн в міжнародний культурний та інформаційний простір зумовила швидкий процес оновлення лексики, особливо за рахунок запозичень та новотворів. Посилення зацікавленості до вивчення іноземних мов, функціонування міжнародної комп'ютерної мережі (Інтернету) визначають так званий інноваційний бум в лексичній системі англійської мови [Селіванова 2008, с. 107].

Основними рисами якісної характеристики лексичного складу мови є його системність, структурність та відкритість, що зумовлює наявність в ньому закономірності. Системність лексичного складу базується на тому, що він становить сукупність лексичних одиниць, пов'язаних різноманітними типами відношень. Але словниковий фонд – не тільки сукупність лексичних одиниць та словотвірних елементів. Це відносно «самостійний організм», в якому сукупність лексем поєднується з їхньою взаємодією, і саме ця взаємодія сприяє утворенню інтегративних якостей, не притаманних елементам-словам, що її створили. Відношення між словами постійно розвиваються. Проте вони настільки органічні, що зміна деяких із них, особливо найважливіших, спричиняє різноманітні зміни у відношеннях між іншими словами. Утім, у будь-якому разі наслідком є збагачення мови, збільшення арсеналу засобів вираження [Брагіна 2016, с. 45].

Під час дослідження лексики будь-якої мови виникають певні проблеми. З одного боку, не можна не враховувати значне кількісне збільшення лексики, а з другого – варто розуміти, що не кількість слів збагачує мову, а те, як ці слова функціонують, як їхня кількість взаємодіє з їхньою якістю, як удосконалюється їхня здатність найкращим чином передавати думки і почуття людей, що живуть у суспільстві. Кількість і якість у мові не тільки розрізняються, але й взаємодіють: кількість на одному етапі існування мови

може «повернутися» своєю якісною стороною на іншому етапі, так само як якісні розмежування іноді передаються за допомогою кількісного збільшення словника [Болдырев 2000, с. 39-44].

Отже, джерелом виникнення нового слова є не що інше, як мовленнєва здатність мовця, який перебуває в постійному комунікативному русі. Виникнення нових слів із будь-якими характеристиками стосується розширення мовленнєвої діяльності індивідів, що, врешті, зумовлює зміни у мовній системі. Такі тлумачення відбивають насамперед психолінгвістичний аспект розглянутої проблеми.

1.2 Проблематика визначення терміна «неологізм»

Поповнення лексики – історично неминучий процес, необхідний для того, щоб на кожному етапі свого розвитку мова могла відповідати потребам суспільства як у спілкуванні, так і в закріпленні результатів пізнання дійсності, в розвитку та збагаченні культури народу.

Дослідженню неологізмів присвячені численні праці вітчизняних і зарубіжних лінгвістів О. Г. Ликова, В. В. Лопатіна, Ю. А. Зацного, О. А. Габінської, О. А. Земської, А. О. Брагіної, І. Г. Дегтяр, А. Г. Ликова та ін.

Проблема визначення терміна «неологізм» є суперечливою і недостатньо обґрунтованою. Якщо період народження і зникнення слова фіксується більш-менш об'єктивно, то тривалість перебування слів в «статусі новоутворень» є суб'єктивною.

Сучасні неологічні дослідження, зводяться до «з'ясування типології нових слів у мові і мовленні». Однак систематизація неологічного матеріалу вимагає передусім конкретизації, уточнення самого поняття «неологізм», що в переважній більшості випадків ототожнюється з новим словом, інновацією

та новотвором. Передусім, загальноновживаним і поширеним є перший з термінів – неологізм. Слово «неологізм» вперше з'явилося в 1735 р. у французькій мові («*néologisme*»), звідки було запозичене англійською мовою в значенні «використання або звичка використання нових слів, інновацій у мові, а також нове слово або вираз» З того часу в лінгвістичній літературі поняття «неологізм» вживається стосовно нових слів у різних мовах.) [Арнольд 2007, с. 119].

Поняття неологізма, згідно з внутрішньою формою і етимологією охоплює і нове значення (лексико-семантичний варіант слова, семолексему), що також є лексичним новотвором; або семантичним неологізмом. Закономірним є й залучення до складу неологізмів нових нерозкладних стійких сполучень слів (ідіом), оскільки, по-перше, в ідіомі слова модифіковані в своїх значеннях до нуля, і, по-друге, дво-, трикомпонентна одиниця виступає у функції слова. Є. В. Розен трактує неологізми як нові словникові одиниці, які використовуються інтенсивно в реально виголошених або записаних текстах протягом досить тривалого часу [Розен 1971, с. 20] Ці одиниці не утворюються кожного разу для задоволення комунікативної потреби, а відтворюються, «витаються» у вже сформованому вигляді з мовної пам'яті.

В. В. Елисеєва дотримується думки, що «неологізм – це нове слово (стійке поєднання слів), яке відповідає вимогам спілкування, нове за значенням і за формою (або за формою, або за значенням), утворене за словотвірними законами мови або ж запозичене з іншої, яке сприймається мовцями мови як нове протягом деякого періоду часу» [Елисеєва 2016, с. 18].

А. Г. Ликов відносить до неологізмів (у лексикології та словотворенні) нові слова мови, слова на початковій стадії свого історичного мовного життя [Ликов 1972, с. 85-89].

В. С. Виноградов визначає, що «неологізм – це лексична одиниця, що володіє новизною, але створена за існуючими в мові словотвірними моделями, що виникла і стала фактом мови в силу суспільної потреби за

ініціативою її покоління, що може вийти з ужитку під час змінених соціальних умов». [Виноградов 2004, с. 21]. Визначення, подібні перерахованим вище, наводять і зарубіжні джерела.

Неологізми – це слова, які існують у мові «пізніше якогось періоду, прийнятого за вихідний». Поняття неологізму мінливе в часі, в просторі і відносно: неологізмом слово залишається до тих пір, поки в ньому відчувається новизна. Ставши загальноваживаним, неологізм зберігає тимчасову конотацію новизни, яка продовжує відчуватися протягом відносно тривалого періоду часу. Що частіше слово використовується, то швидше воно втрачає конотацію новизни.

Таким чином, можна виділити кілька основних критеріїв визначення неологізма [Арнольд 2007, с. 101]:

- слово, що позначає нову реалію;
- неологізм як стилістична категорія: головним критерієм якого є – відчуття смислової новизни;
- неологізм як утворений синонім до вже існуючого слова, який володіє конотативним відтінком;
- характеристика неологізму як слова, незазначеного/зазначеного в словниках;
- неологізм як слово, що існує в певний момент часу в тому чи іншому мовному просторі.

Т. І. Арбекова виділяє кілька лінгвістичних теорій, які розкривають сутність такого явища як неологізм:

- стилістична теорія;
- психолінгвістична теорія;
- лексикографічна теорія;
- денотативна теорія;
- структурна теорія;
- конкретно історична [Арбекова 2014, с. 79].

Спробуємо розглянути ці теорії в тій самій послідовності.

Згідно з **стилістичною теорією** до неологізмів відносяться слова, використання яких супроводжується ефектом новизни. Конотація новизни, якою супроводжується сприйняття нового слова, визнається головним і єдиним критерієм визначення всього поняття «неологізм» і залежить вона, передусім, від професійної, загальнокультурної та мовної компетенції людини, а також від її життєвого досвіду [Арнольд 2007, с. 107].

Психолінгвістична теорія представлена в працях С. І. Тогоєвої. Вона займається дослідженням проблем неології з позицій теорії мовної діяльності та розробкою психолінгвістичної концепції неології. Автор представила методологічну базу дослідження нового слова як одиниці індивідуального лексикону в зіставленні з різними підходами до аналізу мовних механізмів та одиниць номінації, тобто акцентується суб'єктивна, індивідуальна новизна неологізму. Розглядається гнучка система ідентифікаційних стратегій, яка використовується носієм мови для пізнання нового для індивідуальної свідомості слова та опорні еталони, що формуються у людини як результат її розвитку в соціумі [Тогоєва 2000, с. 251].

Згідно з **лексикографічною теорією**, неологізми – це слова, відсутні в словниках. Проти такого позитивістського визначення неологізмів зазвичай висуваються такі аргументи [Арнольд 2007, с. 102]:

- логічним висновком такого розуміння неологізмів є уявлення про те, що неологізми є лише в тій мові, яка має писемну форму, а мови, що існують тільки в усній формі, або не мають неологізмів взагалі, або мають, але принципи їх виділення не ясні, хоча очевидно, що вони можливо є іншими;
- фіксація слів у словниках залежить від лексикографічної ситуації в країні, від того, скільки словників, що описують конкретну мову, створено і до яких типів вони належать;
- деякі слова, котрі використовуються носіями мови довгий період часу можуть бути пропущені лексикографами випадково, або свідомо,

оскільки вони не відповідають принципам відбору матеріалу для словника, встановленим автором-упорядником. Наявність або відсутність слова в словниках доцільно використовувати як один з методів виявлення неологізмів, але не як основний.

Денотативна теорія є однією з найпоширеніших теорій неологізмів і представлена у «Словнику лінгвістичних термінів» О. С. Ахманової, «Словнику лінгвістичних термінів» Д. Е. Розенталя. У словнику, неологізм – це слово, що позначає нове явище (денотат, реалію) або поняття [Ахманова 2009, с. 103].

Недолік цієї теорії полягає в тому, що вона не враховує мовні причини появи неологізмів (прагнення носія мови до експресивності, виразності, економії номінації, утворення за аналогією тощо) і те, що неологізми можуть позначати різні з точки зору новизни явища і поняття. [Арнольд 2007, с. 103].

Найчисельнішою групою неологізмів є ті, які справді позначають нові реалії та поняття. Проте з'являється багато неологізмів, що позначали раніше відомі (і зазвичай вже мали загальноприйнятну назву) реалії.

У зв'язку з бурхливим зростанням технологій в даний час збереження цілісності «інтелектуальної власності» стає особливо важливим, і слово почало надзвичайно широко використовуватися. Однак у більшості публікацій авторам доводилося постачати термін «*intellectual property*» поясненнями, що свідчило про те, що слово сприймалося як неологізм. Даний факт став підставою для включення цієї лексичної одиниці в 1994 році в словник Webster's New Dictionary [Соколова 2014, с. 15]. Іншим прикладом є значення лексеми *pig (slang) – a policeman*, також відоме з середини XIX століття і знову зафіксоване словниками неологізмів більше століття потому [Селіванова 2008, с. 19]. Таким чином, не завжди за неологізмами ховаються нові явища і поняття. Тому ця теорія неологізма охоплює лише частину нової лексики і сприймається з деякими застереженнями.

Прихильники **структурної теорії** вважають, що до неологізмів можуть бути віднесені тільки ті слова, які володіють абсолютною структурною,

формальною новизною; зазвичай це унікальні звукосполучення, поєднання компонентів тощо, що сприймаються як нероздільні, непохідні, невмотивовані одиниці [Арнольд 2007, с. 107].

Конкретно-історична теорія неологізмів полягає в тому, що ознака «нового», «новизни», яка лежить в основі неологізма повинна уточнюватись з погляду часу і мовного простору, що дозволить «сфокусувати» коректне уявлення про сутність неологізма. Справа в тому, що «поняття неологізма історичне і відносне», тому йому потрібні конкретизатори.

Перший і основний конкретизатор – за ознакою «час»: неологізми є слова, які існують в певний період розвитку мови.

Другий конкретизатор – визначається за параметром «мовного простору», тобто за сферами і жанрами його використання. Тут беруть до уваги такі показники новизни неологізма:

- нове для багатьох мов; б) для національної мови; в) для літературної мови;
- для конкретної підмови (певної терміносистеми, жаргону, діалекту тощо);
- для мови та/або мовлення.

Третій конкретизатор – за типом новизни мовної одиниці. Він важливіший для визначення типу неологізма, аніж його сутності:

- переосмислення або семантичні інновації – слово може володіти новим значенням: *posse* – колеги;
- перейменування або трансномінації – слово може володіти новою формою з уже відомим значенням (неологізм – синонім до вже існуючого слова): *sudsier* – мильна опера;
- власне неологізм – володіє новою формою і новим значенням: *thought processor* – комп'ютер, який логічно вибудовує та розвиває ідеї.

Перші дві групи припускають використання внутрішніх ресурсів англійської словотвірної системи. До них же можна додати й так звані

фонетичні неологізми, тобто штучно створювані конфігурації звуків. Найчастіше це терміни або товарні знаки, часто з'єднання з морфемами грецького або латинського походження (*acryl, perlon*). Третя група відноситься до сфери вторинної номінації, зміни значення.

Неологізм це – нова лексична одиниця у єдності своєї форми та значення (нова лексема) або зовсім нове (додається до вже існуючих) значення певної усталеної лексичної одиниці (нове значення), які не віднесені спочатку до жодного словника:

- протягом визначеного періоду часу у суспільстві виникли і поширилися передусім, запотреб комунікації;
- увійшли до загальноживаної лексики (узуалазація);
- прийняті як мовна норма (акцептуалізація);
- більшістю мовців сприймаються як нові;
- відповідно, кожен неологізм проходить наступні етапи:
- виникнення;
- узуалізація;
- акцептуалізація;
- лексикалізація/інтеграція [Соколова 2014, с. 112].

Таким чином поняття неологізму не є статичним і має процесуально-динамічну природу.

Однією з важливих властивостей неологізмів є те, що вони є проявом еволюційних процесів у мові. Поштовхом до еволюції є зміна номінації, тобто співвідношення між означальним і означуваним. На думку В. Г. Гака, можливі чотири зміни між означуваним і означальним [Гак 2016, с. 15]:

- використання знака для позначення нового об'єкта;
- введення нового знака для позначення об'єкта, що має вже назву в мові;
- введення нового знака для позначення нового об'єкта;
- невикористання знака у зв'язку з дезактуалізацією означуваного.

Спираючись на вищевикладені критерії визначення неологізмів, можна сформулювати таке бачення сутності цього класу слів. Отже, **неологізмами** слід вважати нове слово або стійке словосполучення, нові або за формою або за формою і за змістом, що володіють значенням новизни протягом певного періоду часу. Це одиниці, які увійшли в лексико-семантичну систему мови, мовну сферу та не існували в попередній період в тій же мові, мовній сфері, утворені за словотвірними законами відповідної мови, або запозичені з іншої мови у зв'язку з потребою у спілкуванні, або які перейшли з пасивного складу мови. Вони володіють сформованими семантичними, прагматичними і стилістичними властивостями (ознаками) та сприймаються носіями, соціумом як нові і зафіксовані в словнику нових слів.

1.3 Принципи диференціації основних понять неології

Поряд із термінами, «нове слово», «неологізм» у лінгвістичній літературі починають функціонувати «художній неологізм», «потенційне слово», «оказіональне слово», «оказіоналізм», «індивідуально-авторський неологізм», «авторський неологізм», «стилістичний неологізм», «індивідуально-стилістичний неологізм», «егологізм», «неологізм контексту», «одноразовий неологізм», «літературний неологізм», «неологізм поета», «поетичний неологізм», «слово-експромт», «слово-метеор», «ефемерні інновації» тощо [О. Габінская 2009 с.158-160].

На думку багатьох дослідників, позначення неологізмів, яке до недавнього часу визнаювалось загальним (родовим) терміном для позначення всіх типів нової лексики, перестає задовільняти багатьох вчених, все частіше звертаються до поняття «інновація», що розуміється як «новоутворення, нововведення, будь-яке лексико-семантичне нововведення» У сучасній

неології очевидною стала необхідність конкретизувати обсяг поняття «інновація». «Даним родовим поняттям охоплюється арсенал видових понять, пов'язаних з процесом словникового поповнення мови» [Елісеєва 2016, с. 53]. До числа термінів, що позначають ці видові поняття, ми відносимо такі, як «неологізм», «оказіональне слово, або okazіоналізм», «індивідуально-авторський неологізм», «потенційне слово». Щодо співвідношення цих термінів, то слід зауважити, що мовознавцями висловлюються різні, часто суперечливі, погляди.

Для того, щоб з'ясувати яким чином лінгвісти розмежовують поняття неологізм, okazіоналізм (*nonce word*) і потенційне слово, необхідно дати дефініцію цим термінам.

За словами Ю. Рождественського, якщо говорити про okazіоналізми, то вони «не є фактом системи мови, вони вільно утворюються (конструюються) в мові один раз, коли в них виникає необхідність, вони не володіють регулярною відтворюваністю». Що стосується неологізмів, то це «одиниці, які увійшли в систему мови і використовуються в мові як готовий матеріал, що володіє сформованими семантичними, прагматичними і стилістичними властивостями» [Рождественський 1990, с. 201].

Лінгвісти роблять спроби встановити критерії розмежування неологізмів і okazіональних слів. А. Г. Ликов виділяє такі основні параметри розмежування неологізмів і okazіоналізмів [Ликов 1978, с. 85]:

- час появи слова;
- наявність – відсутність конкретного автора;
- відчуття – невідчуття новизни слова;
- входження – невходження в мову.

Спробуємо розглянути їх у такій же послідовності.

Фактор історичного періоду народження слова є одним з головних у визначенні поняття неологізма. Поняття неологізма в загальнотеоретичному і загальноісторичному плані нема і не може мати абсолютних хронологічних меж або критеріїв: вони відносні, рухливі і встановлюються конкретними

завданнями дослідження або навіть контекстом вживання самого терміна «неологізм». Оказіональне ж слово, є безвідносним до історичного періоду, не може називатися неологізмом [Елисеєва 2016, с. 55]. Критерій наявності або відсутності автора, на думку А. Г. Ликова не є суттєвим для визначення неологізма. Оказіоналізм як «персональний» факт мови не може бути названий неологізмом. Він завжди індивідуальний і в своєму авторстві принципово співвідноситься з конкретною особою – творцем цього оказіоналізма. Якщо авторство неологізмів зруйновано, «розмито» їх приналежністю до мови то для оказіоналізма його «авторство» є принциповою умовою його перебування в оказіональному статусі: оказіоналізм не відтворюється, а твориться – з'являється вперше в мові конкретного автора [Ликов 1972. с. 87].

Критерій відчуття новизни слова є важливим, але не абсолютним і не обов'язковим для всіх неологізмів. Він є обов'язковим лише для актуальних неологізмів, під якими автор розуміє сучасні неологізми, де живе носій мови, що сприймає неологізм з відчуттям його семантичної новизни і структурної винятковості. Неактуальні (відносні) неологізми від моменту своєї появи хронологічно «прив'язані» до конкретних, минулих періодів історії мови. Однак, відносні неологізми в свій час були актуальними. Ця обставина є наслідком того, що актуальні неологізми з плином часу неминуче стають відносними. Тому хронологічна точка відліку для визначення неологізма різна. Отже, неологізм безпосередньо включений в загальну низку мовних історичних змін, а тому і сам схильний до цих змін. Ця обставина, яка є однією з принципових умов і ознак самого поняття неологізма, не є властивою оказіоналізму як особливому мовному факту, виключеного з плину подій історичного часу. Тому оказіоналізм і в цьому відношенні не може бути названий неологізмом [Арнольд 2007, с. 118].

Диференціювати неологізми і оказіоналізми І. Г. Дегтярь [Дегтярь 2009 с. 87] пропонує за такими параметрами: спрямованість на **соціальне**, спрямованість на **індивідуальне**. Перший параметр релевантний

неологізмам, другий, відповідно, оказіональним одиницям. Неологізми «висловлюють життєво важливі нові поняття або надають нову емоційну забарвленість вже існуючим поняттям з метою обслуговування всього мовного колективу або його певної частини». Таким чином, неологізми володіють соціальною установкою на входження в розряд загальноновживаної або спеціальної лексики. Оказіоналізми «викликані до життя потребою індивідуума тільки для певного випадку і не претендують на подальшу загальноновживаність» [Дегтярь 2009 с.88].

В результаті аналізу та систематизації запропонованих параметрів і емпіричного матеріалу, виділяються наступні диференціальні ознаки неологізмів і оказіоналізмів: [Арнольд 2007, с. 123]: соціальна приналежність/індивідуальна приналежність;

- узуальність/неузуальність;
- втрата новизни/постійна новизна;
- нормативність/ненормативність (аномальність);
- відсутність тісного зв'язку з контекстом/контекстуальна залежність;
- високий ступінь номінативності/високий ступінь експресивності.

У сенсі входження в загальноновживану лексику неологізми і оказіоналізми характеризуються *узуальністю/неузуальністю*. Однією з характерних ознак неологізмів є їх узуальність, закріпленість у загальному використанні. Неологізми мають соціально-віртуальну установку на входження в розряд загальноновживаної лексики. Неологізми – новотвори, які підлягають включенню до словника, оскільки цим фіксується словниковий склад мови в момент укладення словника. Оказіоналізми відрізняються від неологізмів ще й тим, що не входять у словниковий склад, а існують і функціонують у маргінальній області. Все-ж, буде неправильним розглядати оказіоналізми як неповноцінні слова, навпаки, це слова справжні, і навіть необхідні в певному контексті, які мають характерні структурні ознаки, насиченіші за змістом й емоційним навантаженням, ніж неологізми або загальноновживані слова.

Протиставлення між okazіоналізмами і неологізмами можна провести за ознаками контекстуальної залежності / відсутності тісного зв'язку з контекстом.

Okazіоналізми відіграють важливу роль в мові. Вони утворені переважно з метою художньо-стилістичної номінації для функціонування в межах певного контексту. Що незвичніший, несподіваніший okazіоналізм, то більше він відчуває потребу у відповідному оточенні.

Треба зауважити, що іноді можливі випадки переходу комунікативно необхідних okazіоналізмів у словниковий склад. Такий процес можливий у сприятливих внутрішньомовних умовах і за допомогою соціальних факторів. Що важливішим в комунікативному відношенні виявляється те поняття, для якого знадобилося визначення у вигляді нового окремого слова, то швидше і ширше поширюється дана одиниця у спілкуванні.

В мові можна спостерігати випадки, коли okazіональні слова, вирази набувають постійного характеру, потрапляють у словники одинично, без подачі їх в якості слів особливої категорії. У цілому ж, в процесі утворення okazіоналізмів на передній план висувається індивідуальний момент, а у неологізмів – соціальний.

Okazіоналізмам властиві новизна і свіжість повторень Вони не обмежені в часі, завжди зберігають свою новизну і свіжість. В. В. Єлісеєва вважає, що «okazіональна лексична одиниця (ОЛО) є оригінальним явищем мови, якій притаманні позасистемність, непередбачуваність, безсумнівне переважання прагматичної функції і своєрідність реалізації семантичних компонентів» [Єлісеєва 2008, с. 83].

Аналогія відіграє певну роль в поширенні okazіоналізма. Наявність опори на будь-який зразок дозволяє зв'язати okazіональну одиницю з певною лексико-граматичною групою [Арнольд, 2007 с. 129].

Експресивність okazіоналізмів досягається тим, що вони виражають граничну, первозданну конкретність якого-небудь поняття або явища. Okazіоналізми повинні за задумом авторів служити найвиразнішою

характеристикою нової дійсності і нових людей. Вони сприяють полегшенню сприйняття та засвоєння насиченої інформації, підвищують силу впливу, програмують реакцію мовця на певну інформацію

Якщо новоутворення приймається узусом, виходить за межу конкретної ситуації спілкування, його слід кваліфікувати як узуальний неологізм. Узуальний неологізм, який долає межу пасивності, перестає бути неологізмом. Якщо ж новоутворення не переходить до загального вжитку, не долає межі конкретної ситуації спілкування, воно залишається оказіональним неологізмом [Елисеєва 2008, с. 83].

«Потенційні слова», як нова рубрика мають неоднозначне тлумачення й до сьогодні залишаються предметом дискусій. Вважають, що за терміном «потенційне слово», очевидно, слід залишити те значення, яке запропонував Г. О. Винокур. Він запровадив його у науковий обіг: «це слова, яких фактично немає, але які могли б бути, якби того захотіла історична випадковість», «це слово, яке може бути утворене за мовною моделлю високої продуктивності, а також слово, що вже виникло на основі такої моделі»; це слова, які відрізняються від «звичайних» слів мови характером своїх значень. Їх семантика позбавлена тієї фразеологічності, яку вважають диференційною особливістю слова як одиниці мови» [цит. за Арнольд 2015, с. 5].

Виникає питання про розмежування потенційних і оказіональних слів. Більшість дослідників пропонує диференціювати ці поняття шляхом віднесення перших до слів, утворених за продуктивними моделями, а інших, відповідно, за непродуктивними. Таке розмежування не зовсім вірне, оскільки оказіональні слова також можуть утворюватися за продуктивними моделям: «є оказіональні слова, які відповідають активній або пасивній словотвірній моделі, однак утворені з порушенням закономірностей сполучуваності та сумісності безпосередніх складових».

У сучасній неології спостерігаються намагання протиставити оказіоналізм індивідуально-авторському неологізму. Авторські неологізми

додають тексту емоційну експресивність і виразність значення слова. Проте, О. А. Земська, не бачить принципової різниці між okazіоналізмами авторськими (письменницькими) і okazіоналізмами, що не претендують на авторство – дитячими і розмовними, оскільки, по-перше, саме в цих трьох сферах і утворюються okazіоналізми»; по-друге, будь-яке новоутворення пов'язується з окремим індивідом. Будь-яка інновація вимагає ініціативи, що не може виникнути у всіх членів даного суспільства водночас і бути повністю однаковою за своїм змістом, спрямованістю тощо [Земська 1996, 278 с. 45]. Крім того, як справедливо зауважує Ю.А. Жлуктенко, «усе нове в мові спочатку створює індивід, і це новоутворення в подальшому розповсюджується, приймається або відкидається іншими членами суспільства» [Жлуктенко 2000, с. 15].

Отже, okazіоналізми – лексичні інновації, яким притаманні індивідуальна приналежність, закріпленість у використанні, постійна новизна, ненормативність (але не абсолютна), контекстуальна залежність (але не абсолютна), високий ступінь експресивності. Okazіоналізм трактується як експресивне авторське утворення індивідуального характеру, створене шляхом як стандартних, так і нестандартних способів словотворення [Дегтярь 2009, с.86-92]. Потенційне слово – це віртуальне слово, реально можливе, яке реалізується в okazіоналізмі; потенційне слово утворене за існуючими словотвірними моделями, і може відтворюватися в мові індивіда знову. Таке слово відображає і реалізує потенційні можливості розвитку і поповнення лексики. Індивідуально-авторський неологізм – це новоутворення, зазвичай введене в художню літературу і публіцистику письменниками і журналістами для потреб індивідуального стилю автора. Вони часто не стають одиницями словника, хоча є вдалими і комунікативно-значущими [Хома 2015 с. 131].

Таким чином, поняття «інновація» є найширшим, родовим і включає в себе всі інші поняття неології: Згідно з проведеним дослідженням, частотнішим критерієм у визначенні понять «потенційне слово»,

«оказіоналізм», індивідуально-авторський неологізм та «неологізм» є віднесення перших трьох до фактів мовлення, а останнього – до явищ мови. І якщо на сьогодні вчені досить чітко визначилися зі співвідношенням неологізм (факт мови, що володіє властивістю вільної відтворюваності, для розуміння якого не вимагається будь-який конкретний контекст) – оказіоналізм (факт мови, зареєстрований на момент його кваліфікації як одиничне вживання і завжди контекстуально зумовлений), то єдності думок у визначенні поняття, що позначається синонімами потенційне слово, потенціоналізм, немає.

Важливими внутрішніми джерелами збагачення англійської мови є також **соціальні діалекти** (жаргони), які в англістиці часто об'єднуються під поняттям «сленг». І досі представники культурного істеблішменту розглядають цей «неофіційний шар мови» здебільш як серйозну загрозу не тільки для «справжньої мови», але і для «справжнього суспільства».

Третя група неологізмів – **морфологічні новоутворення** як комбінації з конвенціонально закріплених у мовній системі елементів, що є результатом дії різних регулярних словотвірних процесів.

Для морфологічних неологізмів характерна абсолютна структура та формальна новизна, оскільки вони є унікальними звукосполученнями і сприймаються як нероздільні, непохідні, невмотивовані одиниці.

Семантичні неологізми, за твердженням В. І. Заботкіної, володіють різним ступенем «неологічної сили» [Заботкіна 2003].

Лексичні неологізми (словотвірні та запозичені) – це нові слова, утворені на базі існуючих слів і елементів (складні, афіксальних похідні, аббревіатурні утворення усіх видів і т.д.) або запозичені з інших мов. До лексичних неологізмів відносяться новостворені на матеріалі рідної мови в повній відповідності з існуючими в мові словотвірними моделями (рідше запозичені) слова або словосполучення, що позначають нові, раніше невідомі, неіснуючі поняття, предмети галузі науки, рід занять, нові професії і т.д. Лексичні неологізми з'являються в мові, зазвичай, слідом за появою

нових реалій для задоволення потреб у позначенні нових речей і понять [Заботкіна 2003, с. 49].

На основі виділених ознак, неологізм ми визначаємо як лексичну одиницю соціального характеру, яка фіксується з часом в словниках, створену за існуючими в мові моделями словотворення або запозичену з іншої мови для позначення нового (раніше невідомого) предмета або явища позамовної дійсності або нове значення у вже існуючого слова, що з'явилося в мові на певному етапі його розвитку. Оказіоналізм трактується як експресивне авторське утворення індивідуального характеру, створене шляхом як стандартних, так і нестандартних способів словотворення.

Таким чином, в основі класифікації неологізмів можуть бути різні ознаки. За ознакою мовної одиниці неологізми діляться на: неолексеми, неофраземи і неосемеми. За ступенем новизни новоутворення діляться на абсолютні та відносні, за видом позначуваної реалії позначають: нову, стару реалію. За способом утворення неологізми діляться на: запозичені, словотвірні та семантичні.

1.4 Сучасні підходи до вивчення неологізмів

Збагачення словникового складу мови є необхідною умовою її існування. Стрімкий розвиток технологій у сучасному світі і поява нових можливостей забезпечує постійне поповнення мови новою лексикою, а необхідність її вивчення і опису обумовило створення та розвиток окремої галузі лінгвістичної науки – неології. Дослідження у галузі неології охоплюють чимало питань з метою пояснити поняття неологізму, процес виникнення нових слів а також, зміни які новітня лексика вносить у розвиток мови. Для того, щоб охопити всі аспекти дослідження появи і

функціонування неологізмів сформувалися підходи до вивчення цього явища, які варто розглянути детальніше.

Хоча й існує чимало різних підходів до вивчення неологізму як основної одиниці неології, що зумовлено різними поглядами і трактуваннями цього явища, більшість наукових робіт і досліджень українських і зарубіжних вчених ґрунтуються на класичному у сфері неології підході – **структурно-семантичному**. Вивчення неологізмів в рамках цього підходу дає можливість описувати нові факти і явища мови й мовлення, досліджувати їх структуру і семантику, способи творення й особливості вживання, класифікувати нові слова, визначати їх місце і роль у системі сучасної англійської мови, а також вивчати їх вплив на мову і зміни, що вони зумовлюють. Саме за допомогою цього підходу лінгвістика поповнилася численними працями орієнтованими на дослідження неологізмів [Семчинський 2004, с. 80].

В останнє десятиліття активізувався **соціолінгвістичний** підхід до вивчення нової лексики. Відзначається значний вплив просторіччя, оказіоналізмів, спеціальних підмов і терміносистем (наприклад комп'ютерної, політичної й іншої термінології) на сучасну мову. У рамках соціолінгвістичного дослідження нової лексики рзглядаються питання розвитку лексичної підсистеми мови,обумовленого впливом соціально-економічних і політичних перетворень, що відбуваються у суспільстві [Грицай 2010, с. 15-17].

Останнім часом у лінгвістиці з'являється новий підхід у вивченні неологізмів – когнітивний, який пояснює появу нових слів у мові активною пізнавальною діяльністю людини, переосмисленням відомих фактів і явищ, продукуванням нових об'єктів та ідей і необхідністю їх найменування [Аветисян 2005, с. 7].

Когнітивний підхід своїх роботах розвиває Н. Астаніна. Вона запропонувала комунікативно-когнітивну та культурно-країнознавчу концепцію викладання іноземних мов. Виходячи з цього, можна

використовувати комунікативний підхід під час вивчення сучасної лексики іноземної мови [Астаніна 2003, с. 6]. Актуальність цього методу невпинно зростає, адже проблема вивчення та розуміння іноземної мови розглядається не тільки як навчання лише лінгвістичних знань, але і як візуалізація знань про світ, спираюсь на її мову. Опановуючи іноземну мову, ми водночас засвоюємо властивий відповідному народу образ світу, інше бачення світу через призму національної культури за допомогою лише мови. На думку В. Заботкіної, основне завдання при вивченні іноземної мови в когнітивному аспекті полягає в тому, щоб навчитися здійснювати орієнтування так, як це робить носій мови [Заботкіна 2002, с. 17].

Всі нові одиниці створюються людиною як результат його когнітивної діяльності та проникнення в суть всього, що відбувається в навколишньому світі і потреби виразити цей досвід пізнання в мовленнєвій формі. Неологізм - це «результат креативної роботи людської свідомості, яка визначається інтелектуальною, предметно-практичною діяльністю людської свідомості» [Арнольд 2015, с. 150-151]. На думку І. А. Гаврилової, поява неологізмів зумовлене певними факторами: «... поява в процесі пізнання дійсності нових концептів і їх термінотворення; уточнення, переосмислення і поглиблене пізнання вже зафіксованих суспільною свідомістю фрагментів концептуальної картини світу; когнітивно-комунікативні чинники» [Гаврилова 2015, с. 236].

Нові знання, а також більш глибоке і повне розуміння вже пізнаного піддаються осмисленню і співвіднесення з концептуальною картиною людської свідомості. Ці нові фрагменти знання, так звані «мерехтливі концепти» [Арбекова 2014, с. 123], з одного боку, мають референтну віднесеність до світу дійсності, а з іншого боку, співвідносяться з когнітивним досвідом людини. У свідомості людини про- виходять осмислення і ідентифікація нової інформації, її категоризація, субкатегоризація.

На наступному етапі освіти нового слова вступає в силу прагматичний фактор - пошук нового найменування, так як, за словами В. І. Заботкіної, «поява нових одиниць викликана необхідністю дати назву ще не названому, прагненням до більшої виразності і краси» [Заботкіна 2002, с. 17].

Так, визнаючи рівноцінну значимість і прагматичних, і когнітивних чинників, слід визнати первинність когнітивних процесів, що породжують прагматичну потребу створення нової номінативної одиниці для фіксації нового сенсу.

У кожного мовного знака є момент його народження, момент його первинного появи в мові. І, на думку О. С. Кубрякової, для більшості знаків сучасних мов «ці моменти не підлягають відновленню, і як відбувається процес об'єктивації особливої структури знання в окреме слово, ми не знаємо. Неологізми демонструють нам саме це: умови, причини, мотиви і конкретні способи появи нових знаків мови, все особливості їх моделювання» [Кубрякова 2002, с. 5-11].

Кубрякова О. С. стверджує, що проведене нею дослідження 308 новоутворень дозволило виявити два провідних когнітивних фактора їх утворення. **Перший фактор** - це поява нових концептів або неоконцептов. «Неоконцепт - це завжди нова інформація, яка є критерієм ідентифікації об'єкта навколишньої дійсності, носієм певної концептуальної системи» [Астаніна 2003, с. 134]. Основним критерієм виявлення неоконцептів є відсутність лексичних одиниць, концентруючи відповідний концепт. Статус неоконцепта підтверджується відсутністю його дефініції в лексикографічних джерелах, відсутністю його можливої актуалізації в іншому мовному формі, відсутністю слів-синонімів, об'єктивують даний концепт. Наприклад, такі неологізми називають нові явища нашого життя. *Microlattice a very light, thin structure made from strips of metal that cross each other with spaces in between* [Арутюнова 2010, с. 15]. Інший приклад: *Rovable - a very small robot that can be worn on your body and carry out a number of different tasks* [Арутюнова 2010,

с. 17]. Дані слова є мовною репрезентацією новітніх науково-технічних винаходів і, відповідно, нових концептів.

Знаходять об'єктивації в мові нові факти і явища з інших сфер, поява яких в істотному ступені викликано стрімким темпом сучасного життя і науково-технічним прогресом:

Інший когнітивний фактор - більш глибоке і детальне розуміння або переосмислення вже відомих і зафіксованих в концептуальній та мовній картині світу концептів. Потреба в їх переосмисленні може бути викликана виявленням нових властивостей, якостей, характеристик. Так, нова номінація може бути результатом усвідомлення деяких ознак вже відомих реалій, але при цьому не мали найменувань. Це, як правило, знаходить відображення в новому мовному одиниці, яка закріплює в семантичній трансформації, часто метафоричної, образне сприйняття об'єкта. Наприклад: *Fatberg - a massive, hardened agglomeration of fatty substances, particularly found in a sewer and caused by homeowners pouring fats down drains* [Габинская 2009, с. 17]. Великий твердий клубок жиру, що утворюється в каналізаційній системі в результаті зливу в неї жирних відходів.

Дослідження нової лексики з точки зору **функціонального** підходу передбачає аналіз способів утворення неологізмів, виявлення внутрішніх закономірностей за якими здійснюється вибір та адекватне вживання тої чи іншої лексичної одиниці у конкретному комунікативному акті [Андрусак 2003, с. 69]. При функціональному підході розглядається вживання лексичних одиниць, їх функціонування у певних сферах діяльності, які забезпечують комунікативний процес та функції, які вони виконують, а саме:

- **словотворна** – утворення нових слів шляхом афіксації;
- **номінативна** – виникнення нової лексичної одиниці з новою структурою та значенням, тобто нового номінанту, що позначає нове поняття;
- **емотивна** – внесення стильового забарвлення афіксами.

В основі **прагматичного** підходу до вивчення нової лексики лежить дослідження варіативності слова. Під варіативністю розуміють сукупність варіантів в межах слова, кожен з яких може бути прагматичним варіантом і виконувати прагматичну функцію. Тому при прагматичному підході розглядається вживання слова в різних комунікативних ситуаціях залежно від соціального, територіального, національного, вікового та інших статусів учасників комунікації [Сімонок 2007, с. 89-90].

Підводячи підсумок, слід наголосити, що існують такі основні підходи до вивчення нової лексики, як структурно-семантичний, соціолінгвістичний, когнітивний, функціональний та прагматичний.

1.5 Ключові особливості публіцистичного стилю

Публіцистичний стиль покликаний обслуговувати сферу політики, і його головне призначення - формування громадської думки і вплив на нього. В наш час публіцистичний стиль широко представлений не тільки в газетах і журналах, але також в радіо- і телевізійного мовлення, промови політиків (в даному випадку він проявляється в усній формі). У письмовій же формі виділяють два підстили публіцистичного стилю: газетно-публіцистичний («мова газети») і стиль публіцистичної журнальної прози.

Публіцистичний дискурс найбільш швидко реагує на зміни, що відбуваються у мові. Крім того, в ньому висвітлюються інтереси та погляди суспільства.

За своєю соціальною спрямованістю публіцистичний дискурс можна вважати одним із різновидів персуазивного дискурсу, а суть публіцистики становить єдність інформаційної функції та функції впливу. Публіцистика є призмою, що трансформує інформаційний зміст текстів інших функціональних стилів у форму, що доступна розумінню широкої аудиторії.

Лінгвістичне вивчення умов створення вислову (тексту) визначає його як дискурс. Такі дослідження проводилися лінгвістами на матеріалі публіцистичного (О. Александрова, В Костомаров, Г. Івлєва), газетного (Н. Аветісян, О Александрова, Д. Дубських).

Особливого значення для публіцистики, однією з важливих властивостей якої є помітна чутливість до вимог часу, набувають неологізми, новітня термінологія та образність лексики. Публіцистичні тексти характеризуються висвітленням актуальних політичних, економічних, літературних, правових, філософських та інших проблем сучасності, яке має за мету вплив на громадську думку й сучасні політичні інститути, зміцнення або зміну цих інститутів у відповідності до певних класових або суспільно-групових інтересів чи до певних соціальних і моральних ідеалів. Предмет текстів публіциста – все сучасне життя в його величі та мізерності, приватне й суспільне, реальне або відображене в пресі, мистецтві, документі [Аветісян 2005, с. 80-86].

Мета публіцистичного дискурсу полягає у повідомленні про події навколишнього середовища, їх конструювання у текстах для передачі широкому загалу. Публіцистичний дискурс сучасності можна охарактеризувати як такий, що містить значну кількість кліше, зворотів, мовленнєвих стереотипів і готових до сприйняття блоків. Але не дивлячись на це, ми бачимо у публіцистиці багато форм і прийомів, які створюються в умовах тієї чи іншої мовленнєвої ситуації та застосовуються з певною комунікативною метою [Добросклонська 2008, с. 19].

Серед безлічі засобів, що характеризують сучасний публіцистичний дискурс, виокремлюють феномен, що проявляється через підбір альтернативного плану вираження. Він направлений на інформаційно-емоційний вплив на адресата та досягнення позитивного комунікативного результату. Вищезгаданий феномен виникає у тих випадках, коли безпосередня номінація не відповідає вимогам комунікації [Дубських 2014, с. 5].

До найголовніших функцій публіцистичного стилю відносяться **інформаційна** та **впливова**. І хоча усі стилі мови мають інформаційну функцію, особливістю інформаційної функції в публіцистичному стилі є характер інформації, її походження та адресат. Характерною рисою інформаційної функції публіцистичних текстів є те, що їхні автори вважають за необхідне інформувати якомога ширшу аудиторію про найбільш актуальні для суспільства проблеми і про авторський погляд на ці проблеми [Добросклонская 2008, с. 25].

Іншою найважливішою функцією публіцистичного стилю, крім інформативної, є функція впливу. Саме для виконання цієї функції тексти в публіцистиці містять всі ознаки тенденційності, полемічності, емоційності, що пов'язано із прагненням авторів показати впевненість в своїй позиції, спричинити потрібний їм вплив на цільову аудиторію. Саме функція впливу є фундаментальною в публіцистичному стилі, завдяки їй цей стиль виділяється між іншими різновидами літературного мовлення. Функція впливу притаманна також офіційно-діловому та розмовному стилям, однак саме в публіцистиці вона безпосередньо діє на відбір мовних засобів [Добросклонская 2008, с. 30].

Публіцистичний стиль рухливий і консервативний. Необхідно зауважити, що серед книжкових стилів газетно-публіцистичний стиль за своїми особливостями мовної системи є антагонізмом науковому та офіційно-діловому. Останні відрізняються відсутністю мовних засобів з емоційно-експресивним забарвленням і емоційно-експресивних синтаксичних конструкцій, розмовних і просторічних жаргонних елементів, а також властивий термінологічний характер більшої частини лексики і фразеології. Як відомо, газетно-публіцистичний стиль володіє протилежними якостями. Багато слів знаходять відтінок газетно-публіцистичного стилю при вживанні саме в переносному значенні, а не в прямому [Александрова 2009, с. 67].

Також слід розглянути основні характеристики масової комунікації, однією з них є знеособленість (віртуальність) відправника і одержувача. Відправник не знайомий з одержувачем і навпаки. Також, важливою характеристикою є орієнтир на середньолюдську мірку, тобто текст повинен бути зрозумілий масовій аудиторії: авторський текст повинен зробити належний ефект на максимальну кількість одержувачів (читачів). Тому автору необхідно виконати важку роботу, яка полягає у виборі між стереотипною лексикою і новаторськими формами, ідеями, новоутвореннями. Таким чином, публіцистичний стиль є інформаційно впливовим функціональним стилем, який використовується у пресі, і його стилістичні особливості засновані на поєднанні експресії і стандарту. У свою чергу, діалектичний зв'язок експресії і стандарту є базою для виникнення неологічних лексем [Ивлева 2007, с. 89].

Газетний текст можна порівняти з художнім, він не має заборон на вживання розрядів мовних засобів літературної мови і на вживання більш широкого кола мовних засобів, куди входять просторічні слова, жаргонізми і неологізми, в тому числі іншомовного походження. Експресивність в публіцистиці підпорядковується основному завданню цього стилю - впливає на маси з метою спонукання їх до активних дій, а також формує громадську думку [Костомаров 1999 с. 52].

Професія зобов'язує журналіста використовувати всі можливості національної мови, що йому необхідна зухвалість складу, яка дозволяє епатувати читача, завоювати його увагу. Тому зараз існує підвищене захоплення так званою мовною екзотикою: безмірна маса нових варваризмів, неологізмів, слів молодіжного сленгу, іноді навіть кримінальна лексика, створення нових газетних прийомів, схильність моді і мовним нововведенням. Прагнення до експресії робить необхідним звернення до словотворчих моделей, які зовсім інші за своєю стильовою природою. Саме з цієї причини вони здаються в сфері газетно публіцистичного стилю «свіжими» і експресивними, проте в той же час вони зазнають такі зміни:

- придбання забарвлення газетно-публіцистичного стилю, тим самим втрачають свою «індивідуальність»;
- перетворення в газетний штамп, тобто позбавляються експресії новизни, що нерідко трапляється з неологізмами.

Існує переконання: чим більше нестандартне слово знайде журналіст, тим більше ймовірність, що дане слово не стане штампом під пером інших колег, адже журналістська майстерність вимагає відточеного вміння викласти інформацію. Чим більш самобутня і оригінальніша лексична знахідка журналіста, тим текст більш емоційний, експресивний і сильніше впливає на читача [Добросклонская 2008, с 89-95].

Спираючись на дослідження Д. Дубських, можна стверджувати, що газетні матеріали є сприятливим ґрунтом для народження неологізмів. Відомий факт, що газетний текст як представник публіцистичного стилю безперервно збагачується новими забарвленими одиницями як в плані їх створення, так і в плані підтримки неологічного забарвлення вже існуючих слів, які входять до складу загальномовних або авторських неологізмів. Безумовно, це пов'язано з мобільністю, рухливістю і постійною нестабільністю публіцистичного стилю [Дубских 2014, с. 25-26].

Таким чином, основні функції публіцистичного стилю інформаційна і впливова. В мові ЗМІ швидше за все відбиваються соціально-ідеологічні зміни в суспільстві та фіксуються нові поняття, що являється благодатним підґрунтям для створення лексичних інновацій та поповнення словникового складу мови.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УТВОРЕННЯ ОКАЗІОНАЛЬНИХ НЕОЛОГІЗМІВ В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

2.1 Етапи дослідження okazіональних неологізмів в публіцистичних текстах

Словотвірна система постійно розвивається. Функціонування і еволюцію цієї системи мови відображають лексичні новоутворення. Вивчення неологізмів на кожному етапі розвитку мови доповнює та уточнює набуті знання про систему словотворення. Аби дослідити появу, творення, функціонування та значення неологізму потрібен певний час етапи та методи.

Тож, відповідно до поставлених завдань дане дослідження проводилось за такими етапами:

- перший етап передбачав відбір матеріалу дослідження з якими виступили тексти видань (*The Telegraph, Washington Post, The Independence, The Guardian, The Economist, The Voice of America*) Тут доведеться переглянути певну кількість англійських популярних видань англійської та американської преси;
- другим етапом нашого дослідження являється селекція okazіональних неологізмів із зазначених текстів за різними параметрами, а саме: унікальності, новизни, відсутності фіксації в лексичних джерелах, структурної несподіванки і т. д.;
- третій етап – дослідження структурно-семантичних особливостей. Основний акцент буде зосереджений на специфічних способах і словотворчих формах нових okazіональних слів, продуктивності

певних словотворчих моделей, а також їх семантичних та функціональних аспектах;

- четвертим етапом дослідження є вивчення когнітивно-семантичних засад утворення okazіональних неологізмів в публіцистичних текстах, написання англійською мовою шляхом співвідношення концептуальних відповідників утворених одиниць із одиницями концептуального простору англійської мови.

Характерною особливістю сучасної лінгвістики є дослідження мови у тісному зв'язку впроваджена з людиною, її свідомістю, пізнанням навколишнього світу та її практичною діяльністю. Тому на перший план видвигається вивчення мови з урахуванням мовної особистості. В рамках комунікативного підходу ключовою виступає категорія знань. Саме на останньому етапі дослідження інноваційних утворень у публіцистиці буде враховано система вивчення мови через людську свідомість, враховуючи когнітивний аспект та особливості номінації okazіональних неологізмів.

2.2 Структурні особливості утворення okazіональних неологізмів

Дослідження суспільно-політичної лексики являє великий лінгвістичний інтерес. У зв'язку з розвитком досліджень політичної комунікації та закономірностей комунікативної діяльності, в даний час зростає увага до вивчення політичної лексики. Визначення тематичних меж, а також лексикографічне представлення вербального політичного простору потребують подальших розробок.

Як відомо, лексичний ярус є найбільш чутливим до змін в мові. При цьому процес трансформації лексичного простору майже безперервний, в чому і полягає зв'язок мовної системи з іншими сферами суспільного життя

(політичною, соціально-економічною, державною). Очевидним є той факт, що чим інтенсивніше відбуваються зміни в політиці, тим інтенсивніше відбуваються зміни в лексиці на кожному етапі її розвитку. Саме у сфері політичної лексики спостерігаються істотні зміни, обумовлені суспільно-політичними процесами.

Лексичні новоутворення, виходячи зі свого значення, є «живими» представниками лексичної системи мови, так як вони відрізняються яскраво вираженою новизною, образністю і експресивністю [Андрусак 2003, с. 110]. Згідно з цим, використання неологізмів в матеріалах засобів масової інформації може послужити як додатковим стимулом їхнього прочитання, так і засобом надання бажаного ефекту на читача. Знайомство з неологізмами в англійській мові поглиблює знання про мовну систему, розкриває закони розвитку лексичної системи, сучасні тенденції словотвору. ЗМІ також можуть вплинути на запозичення неологізмів в інші мови шляхом калькування або транскрипції / транслітерації, особливо неологізмів таких тематик, як економіка, політика, технології та соціальні мережі.

Як було сказано вище, мовні неологізми створюються головним чином для позначення нового предмету чи поняття і якщо заглибитися в класифікацію нових слів, то серед мовних неологізмів можна виділити лексичні і семантичні.

До лексичних неологізмів належать ті слова, які утворюються за наявними у мові моделями або вони запозичені з інших мов.

Семантичні служать конкретним стилістичним цілям, якщо вони по-іншому називають вже назване.

До групи фонологічних неологізмів ми умовно відносимо нові слова, утворені від вигуків, наприклад: *zizz* (британський сленг) короткий сон (імітація звуків, що видаються сплячою людиною, часто передається в коміксах за допомогою трьох букв *zzz*).

До цієї ж групи умовно можна віднести і нові вигуки: *yech* [*jek*] або *yuck* (обмежена у вживанні американським сленгом) - вигук, що виражає сильну

відразу (від даного вигуки утворилося прикметник *usky / yukky* огидний, що вживається переважно дітьми і підлітками). Дані неологізми володіють найвищим ступенем конотації новизни і можуть бути віднесені до «сильних неологізмів». Високий ступінь їх новизни пояснюється незвичністю і свіжістю їх форми.

Сучасним англійським неологізмам властива морфемная деривація, більшість відібраних неологізмів тому підтвердження. До продуктивних способів морфемної деривації відносяться: **словоскладання** - *dothead a person of South Asian origin or descent*; **аффіксація** - *bimbette 'a young woman or adolescent girl'*; **контамінація** - *guppie 'a yuppie who professes concern about the environment and ecological issues'*; **скорочення** - *perp. 'The perpetrator of a crime'*.

Афіксальні одиниці, як правило, складаються цілком в руслі англійських словотворчих традицій і складають 24% всіх новоутворень і в незначній мірі поступаються складним словам.

Афіксальні новоутворення поділяються на префіксальні і суфіксальні.

Префіксальні новоутворення менш численні, хоча кількість префіксів та полупрефіксів перевищує кількість суфіксів та полусуфіксів. Суфіксальні одиниці поступаються префіксальними в кількісному відношенні, проте вони більш уживані в повсякденному спілкуванні і в більшій мірі марковані позначкою «сленг».

Chugger - Чаггер («вуличний складальник пожертвувань на благодійність») - *a professional fundraiser who engages people on the street to donate money to charity*. Неологізм є іменником, який утворено суфіксальним способом за допомогою суфікса **-er**. *Charity collectors faced tough government curbs today after complaints that they hassle pedestrians and mislead donors about where their money goes. The clampdown applies to "charity muggers", known as "chuggers", who stop people in the street to ask for direct debit pledges* (Ben Leapman, Tough new curbs on the charity “muggers”) [The Washington Post May, 2015].

Для газетного стилю характерна поява афіксальних неологізмів з певним набором афіксів, а також незвичайне поєднання основ і афіксів. Часто нове застосування афіксів в газетному стилі, які в інших стилях мови є непродуктивним. У багатьох випадках такі афікси розвивають нові значення, раніше їм невласливі [Аветисян 2002 с. 84].

Наприклад: **-ship**. Цей суфікс свого часу вживався для утворення абстрактних іменників зі значенням стану, положення.

Його давно вже вважають непродуктивним, оскільки протягом багатьох століть нові слова з ним не утворювалися. У газетній лексиці суфікс **-ship** в поєднанні з морфемой **-man** утворює абстрактні іменники зі значенням якості, ознаки: *Brinkmanship* - балансування на межі війни. Слово утворено шляхом складання слова *brinkman* і суфікса **-ship**.

*WASHINGTON-Skipping an annual black-tie dinner hosted by the White House press corps, President Donald Trump flew to Michigan on Saturday to suggest he would use **brinkmanship** to get his way on trade and border-security policies, criticize the media and take a shot at a Democrat he blames for blocking a Veterans Affairs nominee* [The Washington Post June, 2017].

Oneupmanship - прагнення бути першим.

Слово утворено шляхом складання слів *one*, *upman* і суфікса **-ship**.

The latest installment of Donald Trump and Emmanuel Macron's alpha-male one-upmanship played out at the White House Tuesday during a state visit by the French leader. [TheWashington Post June, 2018].

Statesmanship - мудрість державного діяча, мистецтво управління державою.

Слово утворено шляхом складання слова *statesman* і суфікса **-ship**.

*A student takes notes during ASU School of Economic Thought and Leadership Founding Director Paul Carrese's "**Statesmanship** and American Grand.*

ism – суфікс абстрактних іменників, що означають різні вчення, теорії, суспільно-політичні та наукові напрямки. В англійській мові з'явився

завдяки французьким запозиченням на **-isme**. І тут доречно згадати такі неологізми як: *trumpism, putinism, bushism, blairism, declinism, pluto-populism, securitarisms* і т. д.

Продуктивний суфікс **-ism** утворив іменники, що означають певну релігійну, політичну чи соціальну групу: *animalism* анімалізм, *conservatism* консерватизм, *evangelicalism* євангелізм

Ageism - дискримінація за віком.

Слово утворено шляхом складання слова **age** і суфікса **-ism**.

*In advance of the International day of older people (October 1), the WHO is calling for global action to combat **ageism**, which it says is detrimental to older people and society alike. [The Telegraph. 2002]*

Brandalism - завішування фасадів будівель рекламними постерами.

Слово утворено шляхом складання слова **brand** і суфікса **-ism**.

*More recently, **brandalism** hit the news when a much larger group of artists collaborated on a project designed to have a large impact. [The Washington Post. 2017]*

Americentrism - точка зору, коли весь світ розцінюється з позиції Америки, її переваги.

Слово утворено шляхом складання основи **ameri-** і слова **centrism**.

Hatriotism - почуття ненависті по відношенню до людей або явищ, на які вказує влада.

Слово утворено шляхом складання основи **hat** (слово **hate**) і **-riotism** (слово **patriotism**).

Те ж можна сказати і про непродуктивний суфікс **-dom**, який в газетній лексиці почав використовуватися для утворення нових слів і таким чином знайшов продуктивність, наприклад:

Officialdom - офіційні кола.

Слово утворено шляхом складання слова **official** і суфікса **-dom**.

Bangdom, bogdom, suckerdome.

Серед широкоживаних суфіксів слід назвати і суфікс дієслова *-ise (-ize)*, який особливо часто вживається у мові американських газет:

Fictionalize - відмовити.

Слово утворено шляхом складання слова *fictional* і суфікса *-ize*.

Itemize - розглядати по пунктах.

Слово утворено шляхом складання слова *item* і суфікса *-ize*.

Those who itemize their taxes face mixed results. [The Guardian. 2010]

Institutionalize - узаконити.

Слово утворено шляхом складання слова *institutional* і суфікса *-ize*.

Суфікс *-fy*:

Bushify - зробити щось неправильно в будь-якій сфері життя. Слово утворено шляхом складання основи *bushi* і суфікса *-fy*.

-Acy - *narcissocracy, kludgeocracy, inceptocracy, idiocracy, corporacy*.

-ly – суфікс зі значенням “певною мірою, або певним чином”. *Bigly*

-y – суфікс має значення “схильний до означеного дієслівною основою явища чи стану”. *twitteraty*

-ing – виражає ознаку дії, позначеної основою. *Bolting*

Anti-nutrients - антипоживні речовини.

Слово утворено шляхом складання префікса *anti-* і слова *nutrients*.

Though the Dietary Guidelines for Americans-created for the USDA by a panel of experts based on the body of nutrition evidence-have long recommended increasing whole grain intake as part of a healthy diet, many blogs and diet books are eschewing that advice, denouncing whole grains as a source of "antinutrients." [The Washington Post 2015].

Nazification - denazification - renazification - відродження нацизму.

Слово утворено шляхом складання суфікса *de- / re-* і слова *nazification*.

Префікс *super*— використовується для підвищення якості або посилення дії, а *super-handy* у даному контексті означає «дуже зручний, що перебуває завжди під рукою».

Подвійну префіксацію ми можемо спостерігати в іменнику *supermegastar*. Як було зазначено вище, префікси *super-* і *mega-* є підсилювальними частками, а, ужиті разом стосовно тому самого слова, вони виражають крайній ступінь якості, високий ступінь ознаки об'єкта. При словоскладанні часто можна прогнозувати значення кожного нового слова, утвореного по даній моделі. Це можна прослідкувати на прикладі слів, утворених за допомогою компонента *-in*. Слова типу *sit – in*, *teach – in* з'явилися в американській пресі порівняно недавно.

Створення неологізмів за допомогою **словоскладання** є однією з найчисленніших словотворчих груп, з перевагою серед складних слів двокомпонентних одиниць. Словоскладання як тип словотвору являє собою злиття двох або більше основ для утворення нового слова. Для складних англійських слів найбільш частотними є утворення, що складаються із двох основ. Останнім часом у мові англійських й особливо американських газет з'явилася безліч імен іменників, утворених по конверсії способом словоскладання зі сполучень дієслова й прислівника. В результаті словоскладання утворюється складне слово або композит.

У періодичних виданнях *The Independence*, *The Guardian* зустрічається безліч прикладів утворення неологізмів шляхом словоскладання, що мають дефісне написання: *never-sold* (щось, що ніколи не буде проданий); *mouth-fill* (обсяг дихальної суміші для занурення на певну глибину при дайвінзі, – "наповнення рота"); *laugh-crazed* (бути в припадку від сміху); *motor-porn* ("розбещений швидкістю") і ін. Останнє складне слово було вжито в контексті про фестиваль швидкості: "*11th Three days of motor-porn begins at the Goodwood Festival of Speed*". Автор метафорично назвав перегони "порнографією моторів", щоб переконати читача в масовості майбутньої події й розмаїтості транспортних засобів, що беруть участь.

Crowdsourcing - залучення широкої громадськості, через Інтернет, в дослідженні та вирішенні суспільних проблем.

Слово утворено шляхом злиття слів *crowd* (натовп) і *sourcing* (залучення).

Blowback - ненавмисні результати політичних дій.

Слово утворено шляхом складання слів *blow* і *back*.

Russia Fanned Flames With Twitter, Which Faces a Blowback.

Claptrap - тріскуча фраза, що-л. розраховане на дешевий ефект.

Слово утворено шляхом складання слів *clap* і *trap*.

"It became obvious that the notion of time, as our ancestors had transmitted it down the millennia, was in fact absurd claptrap."[*The Telegraph* 2010].

Конверсія - це перехід слова з однієї частини мови в іншу, що призводить до утворення нового слова без зміни його початкової форми.

Це ще одне джерело неологізмів в англійській мові. Утворені з конверсії, вони широко поширені в газетній лексиці. Висока частотність слів, утворених за конверсією - одна з характерних рис газетного стилю. Найчастіше це дієслова, утворені від іменників, та іменники, утворені від дієслів. Доречно зазначити, що в новоствореному слові нерідко розвиваються значення, лише побічно пов'язані зі словом-основою [Аветисян, 2002, 86].

To cut - a cut іменник набув значення скорочення, урізування, скасування.

To google - використовувати пошукову систему для пошуку інформації в Інтернеті. Іменник *Google* стало дієсловом і набуло значення «шукати в Інтернеті».

У газетній лексиці, особливо в тій її частині, яка відноситься до політичних подій, реклами, часто зустрічається різновид конверсії, при якій слово набуває тільки деякі ознаки іменника, наприклад артикль або форму множини. Наприклад:

The coloureds - кольорове населення.

Слово утворено шляхом переходу з однієї частини мови (прикметник) в іменник з додаванням суфікса множини *-s*.

*As the nation mourns its first black president, many Cape **coloureds** are ambivalent about where their loyalties lie* [Washington Post 2005].

Dark social. Значення неологізму «приховане спілкування в соціальних мережах». Словосполучення складається з слова dark, що в перекладі означає «темний» і social, тобто «соціальний, суспільний». Конверсія в утворенні іменника від прикметника: social «Спілкування».

Dark social sounds like some ominous place hackers roam and illegal transactions happen, but this is not the dark web [The Voice of America 2009].

Серед конвертованих неологізмів найбільш багатокomпонентним є неологізм *son-of-an-immigrant* (син емігранта). Але щоб зрозуміти, чому він відноситься до категорії конверсії, необхідно бачити його в контексті: "*Obama's son-of-an-immigrant story and tale of getting through education with the help of a scholarship resonate with Latinos*". Даний неологізм перейшов з розряду іменника в розряд прикметника і є зневажливим стосовно нинішнього президента США.

Словозлиття (*blending*) являє собою складання елементів двох і більше слів в одну нову лексичну одиницю. З лінгвістичної точки зору представляється найскладнішим способом вивчення, через те, що не завжди відразу вдається ідентифікувати, які одиниці лягли в основу отриманої лексеми.

Злиття утворюється шляхом усічення першого і / або другого слова і їх злиття:

Flatform - взуття на плоскій підшві

Структуру неологізму утворюють основи слів flat в значенні плоский і слова form, яке з'явилося в результаті усічення слова platform - платформа. Підсумовуючи значення окремих складових, отримуємо наступну семантику нового слова.

Flatform sneakers are a must have closet staple, but this extra special pair is a serious upgrade from boring plain white sneakers [The Telegraph 2012].

Слово утворено шляхом складання основи *adver* (від *advertisement*) і частини слова *torial* (від *tutorial*).

Videorazzi - папараці, підглядають за особистим життям відомих людей і знімають їх на відео.

Слово утворено шляхом складання слова *-video* і *-razzi* (від *paparazzi*).

They are not paparazzi but an aggressive new breed of videorazzi [The Telegraph 2008].

Digidetox - час, проведений без Інтернету, телефону або інших гаджетів.

Слово утворено шляхом складання основи *digi* (від *digital*) і слова *detox*.
Maisons & Hotels Sibuet launches Digi-Detox Programme in the French Alps [The Guardian 2005].

Слово утворено шляхом складання слова *web* і частини слова *-isode* (від *episode*).

Словозлиття *phone* - «телефон» і *tablet* - «портативний пристрій», «планшетний комп'ютер» відсилає нас на пристрій, що поєднує в собі риси двох згаданих девайсів (функція і розмір) - «смартфон з великим екраном».

«*An Engxit in the football and a Brexit from Europe*» / «Вибуття Англії з чемпіонату по футболу і вихід Британії з Євросоюзу».

Дослідження даних неологізмів будується за однотипною моделлю з додатком основи *exit* (вихід) до слів *England* (Англія) і *Britain* (Британія) відповідно. Перше поняття відсилає нас до Чемпіонату з футболу 2016, а друге до виходу Великобританії з Європейського союзу (ЄС). Цей приклад особливо підкреслює взаємозв'язок мови з подіями, що відбуваються (спортивними і політичними) у Великобританії.

Англійська мова продовжує розширюватися за рахунок **запозичень**.

Велика кількість англійських неологізмів- це прямі запозичення, запозичення-кальки та напівкальки. ЗМІ активно реагують на суспільно-політичні процеси і віддзеркалюють їх - *Maidan*, *Euromaidan*, *the Orange Revolution*, *titushki*. Пряме запозичення *Maidan* в англомовних ЗМІ є символом політичних подій в Україні з 2004 [Хома 2015, с. 35]. Зафіксовані

словосполучення *pro-democracy, maidan protests, Maidan supporters, Maidan movement, Maidan leaders*. У 2013 р. у ЗМІ з'явилося нове запозичення *Euromaidan*, яке означає протести проти уряду, що призвели до втечі В. Януковича і виражає сподівання українського народу на євроінтеграцію. *What does Ukraine's Euromaidan teach us about protest?* [The Independence 2013].

Запозичення напівкалька *anti-Maidan, avtomaidan* позначають серію мітингів. *"Maidan or Antimaidan"- the Ukrainian situation requires more nuance* [The Guardian 2010].

Detente - ослаблення міжнародної напруженості.

Слово запозичене з французької мови, оригінальне слово *détente* означає «ослаблення, розслаблення».

Серед часто вживаних неологізмів значну частку складають акроніми. Їх поширення сприяє різноманітності словникового запасу. До того ж фахівці ЗМІ люблять використовувати їх у своїх статтях, роблячи з них сенсації [Зацний 2006, с. 39].

Один із відомих акронімів є **GASP** (*Group Against Smoke and Pollution*) – який використовується в мові декількох груп, які борються проти забруднення навколишнього середовища [Зацний 2008, с. 18].

Також можна виділити **PINS** (*person in need of supervision*), **SWAT** (*special weapons and tactics*) - термін використовується в юриспруденції, **FOB** (*friend of Bill*) прихильник Білла Клінтона, **TINA** (*there is no alternative*) – у політиці, **SALT** (*Strategic Arms Limitation Talks*) переговори задля обмеження стратегічної зброї, **OMOV** (*one member, one vote*) – «один член, один голос».

Скорочення-аббревіатури - скорочення слів до однієї літери, більшою частиною по буквах: *HO* - *Home Office*. Деякі аббревіатури, в яких приголосні чергуються з голосними і які нагадують звичайні слова, читаються за правилами читання:

FOMO. Даний неологізм має наступну семантику:

«Страх упустити щось важливе». Слово утворилося скороченням фрази

«*Fear of missing out*» аббревіація по першим її буквах.

Banks and Blockchain: Wait-and-See Approach or FOMO? [The Economist 2009]

AIBU. Неологізм, утворений шляхом скорочення фрази «*Am I being unreasonable?*» за першими літерами.

FANG - аббревіатура-акронім чотирьох найбільших американських компаній *Facebook, Amazon, Netflix, Google*.

Неологізм утворений за першими літерами назв цих компаній.

FANG Stocks Have Ignited A Rally - Cramer's Mad Money [The Economist 2009].

Одним із способів утворення англійських неологізмів є **телескопія**. Під телескопією розуміємо процес, при якому нове слово виникає зі злиття повної основи одного слова зі скороченою основою іншого або ж зі злиття скорочених основ двох слів. Слова, утворені шляхом телескопії, називаються телескопними словами або телескопізмами. Телескопійний спосіб - досить молодий спосіб словотворення в англійській мові, фактично він почав активно діяти лише у ХХ столітті. У англійській пресі можливо знайти різні моделі утворення таких неологізмів [Омельченко 2003, с.20].

E-piracy - порушення авторських прав в Інтернеті.

Слово утворено шляхом додавання префікса e- (від слова *electronic*) до слова *piracy*.

E-literacy - комп'ютерна грамотність.

Слово утворено шляхом додавання префікса e- (від слова *electronic*) і слова *literacy*.

Moreover, it raised many questions about e-access, the digital divide, and e-literacy. Today, service-providing governments are in trouble [Independent News 2005].

E-lationship - електронний роман, обмін любовними повідомленнями по електронній пошті.

Слово утворено шляхом додавання префікса *e-* (від слова *electronic*) до слова *lationship*.

E-ink - електронний папір, електронне чорнило.

Слово утворено шляхом складання префікса *e-* (від слова *electronic*) і слова *ink*.

They set about developing the microencapsulated electrophoretic display - now known as e-ink [The Independence 2010].

E-sport - кіберспорт.

Слово утворено шляхом складання префікса *e-* (від слова *electronic*) і слова *sport* [The Telegraph. 2010].

e-cruitment (electronic + recruitment - ім. наймання співробітників через мережу Інтернет, включаючи прийом і розгляд резюме і супровідних листів) [The Economist 2012].

Як правило, такі скорочення, які давно ввійшли у вжиток, пояснюються в тексті.

Характерною рисою структурної організації телескопічних слів являється те, що, хоча б один з компонентів таких лексем представлений не цілою, а усіченою основою, її фрагментом. Саме це відрізняє складноскорочений спосіб творення слів від словоскладання, яке має справу тільки з повними основами.

Семантичні неологізми - це раніше відомі слова, які під впливом останніх мовних змін придбали нові значення. - раніше це слово мало таке значення: «викрадати людей, особливо дітей, з метою отримати викуп». У наш час це слово використовується в суспільно-політичній сфері із значенням «розбивати виборчі округи» так, щоб район, де підтримують певного політичного кандидата, став частиною іншого району, де підтримують політичного кандидата з тієї ж партії, для того, щоб вони змагалися один проти одного.

Цікаво розвиток значення слова *lobby* і його похідних. Його перше значення - передпокій. Ще в минулому столітті *lobby* стали вживати як

політичний термін для позначення парламентських кулуарів. У США цим терміном почали називати особа, «обробляє» членів конгресу на користь прийняття потрібного босові законопроекту. Пізніше від нього утворилося нове іменник *lobbyist* зі значенням людина, яка в політичних кулуарах збирає відомості для свого господаря і потайки проводить його політику. Незабаром воно проникло в газетну політичну лексику Великобританії, але тут його значення облагородити. Воно стало позначати журналіста, що має право на пріоритет у публікації матеріалів про діяльність парламенту.

В даний час в слові *lobby* розвивається нове значення - звернення до парламенту або в інший державний орган з будь-яким вимогою. Це значення перейшло і на дієслово *to lobby*, що утворився з конверсії: "... *The marchers' route took them past the Department of Education and Science offices and the greater London Council offices, where a large force of police barred the marchers from actually passing the main entrance and a group waiting to lobby councilors* [The Telegraph 2010].

Bread - гроші.

Неологізм з'явився шляхом зміни значення слова *bread* (хліб).

Acid - наркотик ЛСД.

Неологізм з'явився шляхом зміни значення слова *acid* (кислота).

Gas - щось хвилююче і дуже приємне. Неологізм з'явився шляхом зміни значення слова *gas* (газ).

Oyster - людина, яка додає в свою промову ідішмі (слова з єврейської мови).

Слово отримано шляхом зміни значення слова *oyster* (устриця).

Даний спосіб словотворення не поширений настільки широко, як інші способи.

Скорочення є також одним з найпоширеніших способів словотвору. Процесу скорочення слів сприяють зовнішні фактори, такі як науково-технічний прогрес, що збільшує потребу в короткому найменуванні організацій, явищ, об'єктів, матеріалів; розвиток засобів масової інформації,

що забезпечили можливість запам'ятовування скорочень і аббревіатур широким колом осіб.

*Frank Mascara was **kidnapped**. With the Republicans in charge in Harrisburg, Mascara knew he would be little more than a spectator to the redistricting process. "I still thought my district would for the most part remain intact," he said. "That didn't occur."* [The Washington Post, 2005]

kid + nap > kidnap (розбивати виборчі округи так, щоб район, де підтримують певного політичного кандидата став частиною іншого району, де підтримують політичного кандидата з тієї ж партії, для того, щоб вони змагалися один проти одного).

theological + conservative > theocon (консерватор, який вважає, що релігія повинна грати головну роль у формуванні і здійсненні державної політики).

*Libertarians distrust Bush's tough law enforcement measures; neocons have split with the White House over foreign policy; cultural pessimists underestimated America's spirit; **theocons** still embrace public religion, a concept instantly outdated by Sept. 11.* [The Washington Post, 2007].

information + propaganda > infoganda (сфабрикований газетний матеріал, який вводить в оману, для того щоб сприяти таємній стратегії підприємства).

*That is the conclusion of a fascinating new book, "Why America Fights," which traces America's involvement in a number of wars. It introduces a new word: **infoganda**. This being the masquerading of propaganda to go to war as information; Donald Rumsfeld called it "perception management." When you watch the military flyovers here each July 3, that is really and sadly part of that **infoganda** campaign, which has gotten costly and almost sacrilegious if you oppose it* [The Telegraph, March, 2012].

Datcom - система передачі даних.

Слово утворено шляхом складання перших трьох букв слів data і communications.

A charity that helps homeless people in Grantham has inspired local business Datcom to itself a fund-raising challenge during 2017 [The Washington Post 2017].

Blowback - ненавмисні результати політичних дій.

Слово утворено шляхом складання слів *blow* і *back*.

Russia Fanned Flames With Twitter, Which Faces a Blowback [The Independence 2005].

Claptrap - тріскуча фраза, що-л. розраховане на дешевий ефект.

Knowbot - робот, що володіє глибокими знаннями з різних областей.

Слово утворено шляхом складання слів *know* і *bot*.

The knowbot software develops a dynamic profile of its owner and then intelligently scans all of Internet, plus 650 TV channels etc [The Financial Time 2008].

В. І. Заботкіна в вокабулярі неологізмів крім власне неологізмів виділяє трансномінації, які поєднують новизну форми слова зі значенням, вже передавалися раніше іншою формою (*sudser* «мильна опера»), і семантичні інновації, або переосмислення, коли нове значення позначається формою, вже наявної в мові (*bread* « гроші »; *drag* « нудьга»; *acid* «наркотик ЛСД»; *gas* «щось хвилююче і дуже приємне »)

Вважається, що дослідження особливостей вживання власних назв у структурі того чи іншого соціуму дозволяють стверджувати, що одиниці зазначеного типу, будучи культурними домінантами, допомагають виявити особливості, характерні риси тієї чи іншої нації, того чи іншого типу мовної особистості. а цим принципом були утворені неологізм *blairism* (*the political ideology of the former leader of the Labour Party and Prime Minister Tony Blair* - політична ідеологія колишнього лідера Лейбористської партії і прем'єр-міністра Тоні Блера), що відображає прихильність кого-небудь його центристської, за словами експертів , політиці. Ще одним прикладом може служити неологізм *trumpism* (*the views and cultural and political statements of Donald Trump* - погляди і культурні та політичні заяви Дональда Трампа.

На відміну від цих неологізмів, лексема *putinism*, крім офіційного формулювання *the political ideology of Vladimir Putin* (політична ідеологія Володимира Путіна), володіє і більш конкретними термінами. Наприклад, американський економіст Річард Ванн визначає *putinism* як *a Russian nationalistic authoritarian form of government that pretends to be a free market democracy* [цит. за Сімонок 2007, с. 18] (російська націоналістична авторитарна форма правління, яка виглядає як демократія при вільних ринкових відносинах), висловлюючи тим самим своє негативне ставлення до політики російського президента.

У наступну групу можна об'єднати нові слова, які номінують людину певних політичних поглядів чи політичного статусу. Архісема в даному випадку є «людина», «представник певної політичної групи». Яскравим прикладом може служити неологізм *Eurocrat* (European + bureaucrat), що має значення *the leader of the EU who makes bureaucratic laws that affect people mostly not in favour of the European Union* (лідер Європейського союзу, що видає закони бюрократичного характеру, які зазвичай виявляються не на користь громадян Європейського союзу). Дане визначення, по-перше, дозволяє нам простежити використання архісеми представник певної політичної групи, по-друге, демонструє, внаслідок використання компонентів *not in favour* і *bureaucratic*, коннотативний елемент, що виражає критику населенням таких лідерів, їх методів і результатів роботи.

Продовжуючи тему Великобританії, варто виділити і нові лексичні одиниці, пов'язані з парламентськими виборами 2015 р.:

- *shy -Tory* - *a person who secretly voted Conservative in the 2015 UK elections, especially one who claimed to the pollsters to be voting a different way: How 'shy Tories' confounded the polls and gave David Cameron victory* [The Guardian. 2015];

- *Milifan* - *during the UK general election, a (young) fan of UK Labour leader, Ed Milliband: Hooray for the Milifans. They can change the world for the better* [Independence. 2015].

Один з неологізмів представлений прикметником *shy* (nervous or not confident - нервовий або невпевнений) і назвою партії. Даний прикметник вжито в іронічному контексті, що підтверджується наявністю лексем *secretly* - not openly (не відкрито) і *to claim* - to say that something is true, even though there is no definite proof (сказати, що щось правдиво, хоча не існує точного підтвердження) в словникової дефініції.

Інший неологізм - *Milifan* - утворений злиттям частини прізвища лідера Лейбористської партії Еда Мілібенда і слова *fan* (фанат).

Один евфемізм витісняє інший з активної зони синонімічного ряду в пасивну.

За найбільшими і найпродуктивнішими сферами утворення, евфемізми можна тематично розділити на такі групи [Андрусак, с. 71].

Евфемізми, пов'язані з дискримінацією:

а) расовою, культурною, релігійною: *black* (чорний) – «(*African-American*)»);

б) сексуальних меншин: *gay* (голубий) – *homosexual* (гомосексуаліст), *two-spirit* (людина нетрадиційної орієнтації);

в) інших видів;

Евфемізми, які позначають страшні та неприємні явища дійсності:

а) смерть: *to die* (померти) – *to be no more* (більше не бути), *to lose one's life* (втратити життя), *to expire* (минути по терміну придатності), *to go behind the eternal cloud* (іти на вічні небеса);

б) хвороба;

в) природні потреби: *piss* (мочитися) – *do the deed*, *ease oneself*, *relieve oneself* (справити нужду);

г) фізичні вади: *blind* (сліпий) – *visually challenged* (незрячий);

д) розумові та психічні розлади: *mad(psych)* – *handicapped* (людина з психічними розладами).

Евфемізми, пов'язані із впливом держави на життя людей:

а) воєнні дії: *jail* (в'язниця) – *detention center* (місце позбавлення волі);

б) соціальні вади (алкоголізм, наркоманія, проституція, злочинність, напр *alcoholic* (алкоголік) – *alcohol dependent* Поряд з неологічними процесами сучасної англійської мови відбувається евфемізація багатьох мовних явищ, що пов'язано, в першу чергу з необхідністю дотримуватися вимог політичної коректності у спілкуванні [Зацний 2008, с. 96].

Евфемізація – це заміна грубих або різких слів і виразів більш м'якими, а також деяких власних імен умовними позначеннями [Арутюнова 2010, с. 544].

Евфемізм є наслідком лексичного табу (заборони), який завдяки правилам ввічливості або ж різного роду упередженням чи релігійним віруванням накладається на вживання назв певних предметів і явищ навколишнього світу, внаслідок чого людина удається до виразів іносказань [Арутюнова 2010, с. 544].

В основі явища евфемізації лежать різні причини:

Глибоко архаїчні пережитки мовних «табу», тобто заборон вимовляти прямі найменування таких небезпечних предметів і явищ, як, наприклад, богів, хвороб або мертвих, оскільки акт назви, згідно з дологічним мисленням первісної людини, може викликати саме явище. Такі евфемізми типу: *light-fingered* (нечистий на руку) замість *bribe taker* (хабарник).

Чинники соціальної діалектології. Поява евфемізмів зумовлена соціальними, моральними та етичними нормами поведінки, так звані етичні і моральні евфемізми, наприклад, *to be in good keep* (вгородований) замість *fatty* (товстун).

Іноді взаємодія евфемізму з будь-якою одиницею лексичної системи може призвести до виходу цієї одиниці із активного слововжитку або до суттєвого зниження частоти її використання. Існує два види такої «негативної» взаємодії [Арутюнова 2010, с. 92]:

а) евфемізм витісняє мовну одиницю, (людина з алкогольною залежністю);

в) бідність: *poor* (бідний) – *disadvantaged* (неймуцій);

г) непрестижні професії: *swabber* (прибиральник) – *cleaning manager* (клінінг-менеджер);

г) сім'я: *betray* (зраджувати) – *to be untrue to wife* (бути нечесним з жінкою);

д) звільнення: *disemploy, dehire* (піти за власним бажанням, дати неоплачувану відпустку, скоротити, відпустити);

е) академічна неуспішність: *a D student, nonachiever* (двієчник, недостатньо вмотивований учень);

Евфемізми, які вказують на вік і зовнішність людини:

а) вага (*fat* «товстий» – *to be in good keep* «пишний»);

б) вік (*old* «старий» – *advanced in ears* «підстаркуватий»); в) зовнішній вигляд (*ugly* «негарний» – *plain* «своєрідний»);

г) зріст (*dwarf* «карлик» – *little man* «людина невисокого зросту»);

Дипломатичні евфемізми (*to kill* «вбити» – *take away, give the works* «прибрати», «ліквідувати»);

Евфемізми у мові реклами (*cheap* «дешевий» *economical* «економний», *obtainably priced* «за доступну ціну»).

У публіцистичних текстах сучасної англійської мови використання евфемістичних неологізмів спрямоване на усунення дискримінації за етнічним, національним критерієм постійно розширюється: *African-American* – представник негритянського населення США; *member of African Diaspora* – представник негритянського населення США; *Jewish person* – єврей.

Аналогічно спостерігається розширення використання евфемістичних неологізмів, спрямованих на відволікання аудиторії від негативних наслідків соціально-економічної сфери: *reserve of labor force* – безробіття; *downsizing* – звільнення; *rightsizing* – звільнення.

Стосуючись історії політичних неологізмів, цікаво було б прослідкувати, наприклад, розвиток ряду політичних термінів. Суспільно-політичні неологізми є, як правило, не стільки номінативними, скільки проектними: вони не тільки називають певне явище, але і закликають звернути на нього

увагу. Число таких термінів в американському політичному лексиконі досить не мале: крім вже давно встановлених слів-понять, наприклад, *political hireling* - політичний наймит; *political drudge* - роботяга (про працелюбного працівника); *stooge* - політична маріонетка, виникають все нові і нові. Наприклад: *wardheeler*, *wheelhorse*, а також *(party) hack*, *hanger-on*, *hangdog politician*, *hatchetman*. На жаль, така лексика ще не знайшла віддзеркалення в сучасних двомовних словниках.

Wardheeler - це політичний термін із зневажливо-презирливим забарвленням, українською мовою його значення можна передати шляхом таких відповідностей, як *дрібний політикан*, *дармоїд*; термін *wheelhorse*, що також вживається в усній мові, враховуючи те визначення, яке дається цьому терміну в тлумачних американських словниках, еквівалентний українським лексичним одиницям: *роботяга*, *людина, яка везе на собі цілий віз*. Отже, терміни *drudge*, *wheelhorse* дуже близькі за значенням.

Hanger-on перекласти неважко, оскільки значення досить ясно передається вже самим словом (*to hang-on* - чіплятися): *прибічник*, *підлабузник*. *Hang-dog politician* слід перекласти як *дармоїд*, *кар'єрист*. Слово *hatchet-man* з'явилося в американській політичній лексиці зовсім недавно. Воно має явно розмовний відтінок і перекладається як *політичний прибічник*. Іноді необхідно дати ширше тлумачення: 'людина, що стежить (за дорученням керівника) за дотриманням рештою членів партійної дисципліни і виконанням основних партійних рішень.

Треба зазначити, що багато неологізмів залишаються «неологізмами-однорівнями», тоді як інші «слова-експромти» все ж таки поступово переходять до основного словникового фонду. Це, зокрема, такі (тепер уже широковідомі) слова і словосполучення, як:

trouble shooter - людина, що уповноважена залагоджувати конфлікти;

dark horse - темна конячка, тобто кандидат, несподівано висунутий на якусь посаду в розпалі передвиборчої кампанії;

to take a walk - голосувати за кандидата іншої партії;

favorite son - кандидат, що висувається в президенти делегацією свого штату (на передвиборному з'їзді партії);

Вираз *pork barrel* колись входив до складу американського сленгу. Проте зараз це загальноновизнаний політичний термін, який означає «бочка із салом», «годівниця», «казенний пиріг», тобто заходи, що спеціально проводяться урядом, з метою завоювання популярності серед широких мас.

Тепер уже цілком «благопристойний» політичний термін *lame duck* колись був відомий тільки як політичний сленгізм. Зараз термін *lame duck* уживається в значенні 'політик-невдаха', 'людина, якій не везе'.

boondoggling - слово, що колись входило в розряд сленгу, тепер уже широко відоме в політичному лексиконі в значенні «займатися порожніми справами»;

Неологізми *lunatic fringe i little old lady in tennis shoes* - це емоційно забарвлені грубувато-експресивні одиниці фразеологізмів. Ці слова мають приблизно те саме значення, що і традиційний політичний термін *extremist* - екстреміст.

До цієї ж групи слів слід віднести такі «крилаті» неологізми, як:

- *dinosaur wing* - (букв.) «крило динозавра», тобто «група людей із застарілими поглядами»;
- *hidebounds* – «люди з вузьким політичним кругозором»;
- *moss-backs* – «ультраконсерватори»;

З погляду психолінгвістичного аналізу вельми цікавий ряд політичних синонімів складають неологізми, що позначають символічну силу або уявну владу: *straw man, paper tiger, stalking horse, satellite*.

Загальнолітературний фразеологізм *puppet government* - маріонетковий уряд відомий всім. В той самий час новітні неологізми у згаданому синонімічному ряду можуть спантеличити навіть дуже досвідченого перекладача. Насправді, як перекласти такий політичний неологізм, як *straw man* (або *man of straw*)? Буквальне значення його – «солом'яна людина». Зрозуміло, що це метафора, і, отже, треба передати цей метафоричний

елемент українською мовою. Мабуть, вдалим можна визнати такі варіанти, як «солом'яне опудало», «ненадійна людина». Проте переосмислення неологізму пішло ще далі. *Straw man* в сучасній політичній мові означає: «підставний (фіктивний) кандидат, що висувається з метою відвернути увагу виборців від іншого кандидата».

Неологізм *paper tiger*, як відомо, увійшов до російської мови вже давно. Він перекладається шляхом кальки - *паперовий тигр*, тобто уживається в значенні «безпечний супротивник». Словосполучення *stalking horse* дуже важко перекласти, не знаючи сфери його застосування. У словнику «*The International Dictionary of Neologisms*» неологізм *stalking horse* визначається таким чином: '*any sham candidate put forward to conceal the candidacy of another or divide the opposition*' (будь-який «липовий» кандидат, який висувається для того, щоб відвернути увагу від іншої кандидатури або розколоти опозицію.) Оскільки таке багатослівне тлумачення не можна використовувати як перекладний варіант, то на його основі слід виділити хоч би основні ознаки і тоді даний неологізм можна перевести як «фіктивна кандидатура, підставна фігура (у політичній грі)».

Зовсім недавно з'явився в політичній мові термін *off the reservation*, де цей неологізм означає «залишатися в рядах партії, але не підтримувати кандидата, висунутого партією». Він фігурує, в основному, в мові політиків і може бути не відомий навіть носіям англійської мови.

Наступним в політичному відношенні кроком (після *off the reservation*) буде *taking a walk* - підтримка кандидата іншої партії. І, нарешті, останній крок в цьому напрямі *bolting* - перехід в ряди іншої партії. Цей неологізм уживається, в основному, в усній мові і поступово витісняє загальнолітературний варіант *switching to the other party*.

break ranks under the strain. - ...деякі люди, що легко піддаються паніці, і ті, які відчуватимуть себе стурбованими і в скрутні хвилини можуть покинути поле бою.

Окремо треба зазначити виникнення великої кількості **абревіатур** в суспільно-політичній сфері:

NOPE - ставлення або людина, що виступає проти будь-якого розвитку нерухомості або інших проектів, що можуть зашкодити навколишньому середовищу’.

*In trying to build new refineries, “you deal with **NOPE** - Not on Planet Earth. That's the mood. 'We don't want a power station,'" said Ron Oligney, an energy consultant and a co-author of "The Color of Oil: The history, the money and the politics of the world's biggest business.”* [The Financial Time, May 18, 2006].

There is also the zealous "Nimby" (Not In My Back Yard), his eager disciple the "Note" (Not Over There Either) and the mega-conservationist the "Banana" (Build Absolutely Nothing Anywhere Near Anything) [The Telegraph August 23, 2008].

Numby, or “not under my back yard,” movements sprang up. In 1994, after engineers had spent two years planning a new shaft site, residents in Jackson Heights held a protest, carrying signs that said, “don’t give us the shaft.” Engineers were forced to find a new location. “When we want to choose a shaft site, everyone says, “Oh, the water system is a miracle, but please find another place.” [The New York Times, September 1, 2006].

Значна кількість лексичних інновацій завдяки інтенсивному вживанню в мові ЗМІ та соціальних мережах поступово з вузькоспеціальної сфери функціонування або тоді, коли вони були відомі лише певні категорії людства, стає надбанням широкої мовної практики і літературної мови загалом.

У будь-якому номері англійської газети можна знайти такого роду неологізми, як *Megabuck (1 million dollars), intellectualistic eggheads, Prime Ministerless, to out-British, magpietude* та багато інших.

Мова газет, будучи багатогранним дискурсивним явищем, представляє всі мовні процеси в динаміці [Арнольд 2007, с. 14]. Саме в медіадискурсі знаходять відображення і фіксуються численні з- трансформаційних змін

мовної дійсності, а описувані ними лексеми отримують назву так званих «модних слів» (*buzzwords*) [Арнольд 2015, с. 5]. Як приклад можна привести недавно з'явився неологізм *twitterati*, означало людину, у якої тисячі передплатників в Твіттері. Слово утворено від *Twitter* і *glitterati* «багаті, красиві, модні світські люди», при цьому останнє теж колись було неологізмом, яке виникло між 1935-40ми роками на основі злиття іменників: *glitter-блиск і literati начитані люди, інтелектуали*. Більш того, іменник *twitterati* за звучанням нагадує іменник *Illuminati* «ілюмінати», які негласно але керують світом. Як наслідок, можна зробити припущення, що знамениті люди в Твіттері в якомусь сенсі образно «управляють світом». Весь цей логічний ланцюжок асоціацій дозволяє назвати *twitterati* «модним словом» в сучасній лексиці англійської мови.

Ще одним «модним словом» в культурній сфері стало іменник *manspreading*.

Включене в Оксфордський онлайн словник в серпні 2015 року, воно має гумористичні конотації і позначає позу чоловіка, який сидить в громадському транспорті з широко розкиданими ногами [Арбекова 2014, с. 5]. Під час зустрічі з президентом Франції новий британський прем'єр-міністр Борис Джонсон уперся ногою в стіл, який стояв між ними. Про безцеремонність поступку зі сторони офіційного предстаника країни, повідомило агентство *Associated Press*. *The Guardian* містить статті "Manspreading inside the Elysee. That should win round" (Tom Newton Down), "Rude and embarrassing image of Macron put his foot on the table at Buckingham Palace. What a boor he is" (Sonia Purnell). Цікаво відзначити, що даний неологізм викликав доволі бурхливу реакцію з боку захисників політкоректності. Так, ціла стаття в *The Guardian* присвячена цьому соціокультурному явищу під заголовком "Why should 'manspreading' be just for men?" [Арутюнова 2010, с. 48]. Вважаючи це поняття сексистським, автор статті проводить аналогію з іншими лексичними новоствореннями, до складу яких входить іменник *man*: *mansplaining* (коли чоловік пояснює щось жінці з поблажливим і покровительським видом) і

maninterrupting (коли чоловік безцеремонно перебиває жінку). Крім того, в статті в *The Time* "*How Not neologizm bropropriating* (бро «братан, старина» і appropriate «привласнювати»), який трактується як дія, коли чоловік запозичує ідею у жінки і видає її за свою власну [Брагіна 2011, с. 45].

Нерідко неологізми зв'язуються з описом конкретних людей. Так, наприклад, дієслово *chillax* (*chill* «заспокоюватися» і *relax* «розслаблятися») використовується, коли мова йде про британського прем'єр-міністра Девіда Кемерона. *The Times* навіть публікує статтю під назвою "*Just a little chaterama with the chillaxed PM*", розповідаючи про те, що Девід Кемерон, незважаючи на щільний робочий графік, завжди знаходить час для різних розваг [Жлуктенко 2012, с. 7]. Крім того, він вважає за краще збиратися зі своїми радниками в неформальній обстановці, щоб обговорити деякі політичні питання, називаючи такий процес *chaterama*. Це ще один протологізм, майбутнє якого поки невідомо, проте він вже зустрічається і в інших контекстах в гумористичному ключі. Наприклад, *chaterama* пропонують використовувати в якості стилю політичного спілкування: "*Let's all have a chaterama: communications political style*" [Жлуктенко 2000, с. 23].

У зв'язку з демократизацією мови спостерігається поповнення фонду фразеологізмів внаслідок переходу фамільярних, просторічних і арготичних (умовних) фразеологізмів в загальноживану мову.

dirty tricks Thursday – «четвер підступних махінацій».

packing and cracking - технології, які використовують, щоб змінити межі виборчого округу, щоб сприяти якій-небудь політичній партії.

Опрацювавши понад 300 одиниць новотворень, можна сказати, що чимала кількість неологізмів утворені шляхом словоскладання. Серед прикладів проаналізованих неологізмів утворених саме цим способом можна згадати такі складні слова: *manspreading*, *netizen*, *chillax*, *Baracknophobia*, *Eurocrat*.

Серед досліджених лексичних інновацій публіцистики зустрічаються протологізми: *Grimbo*, *chaterama*; аббревіатури: *NOPE* (*not on Planet Earth*),

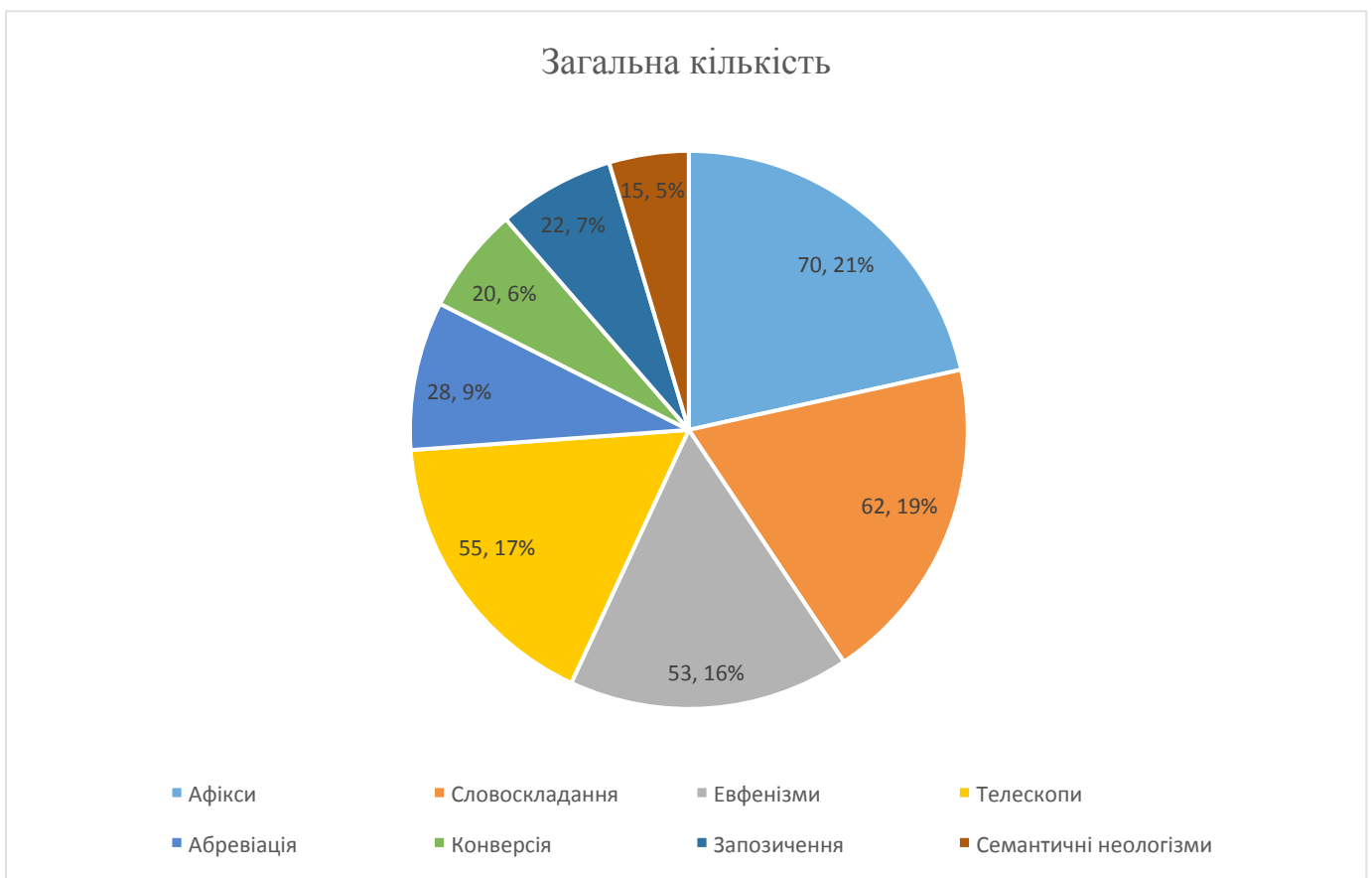
Nimbi(not in my back Yard), Tino, (tea in name only), Gimby; акроніми *GASP, PINS,SWAT, TINA, SALT,OMOV*, евфемізми *trouble shooter, dark horse*; *to take a walk, favorite son; pork barrel, downsizing, wardheeler*.

До семантичних інновацій можна віднести такі фразеологізми: *kidnap, puppet government, paper tiger, stalking horse, lunatic fridge, straw man*.

На діаграмі 2.1 відображено відсоткове співвідношення словотвору в рамках даного дослідження:

Діаграма 2.1

Відсоткове співвідношення словотвору
за типом утворення



Загальні результати з переліком способів утворення досліджуваних неологізмів та їхніми кількісними результатами представлено у таблиці 2.1:

*Результат дослідження неологізмів
з кількісними результатами*

Словотвірні способи	Загальна кількість (320)	Відсоткове співвідношення (%)
Афікси	70	21%
Словоскладання	62	19%
Евфемізми	53	16%
Телескопи	55	17%
Абревіація	28	9%
Конверсія	20	6%
Запозичення	22	7%
Семантичні неологізми	15	5%

Отже, основна кількість неологізмів, що надходять до англійської мови та репрезентують сферу ЗМІ у XXI столітті, характеризується продуктивними способами словотворення: афіксації, словоскладання, скорочення та конверсії, телескопія, запозичення.

2.3 Когнітивно-семантичні особливості утворення оказіональних неологізмів

Вивчення способів вербалізації концептів, словотворчих засобів і значень, залучених до процесу трансформації концептуальної структури в реальні лінгвістичні знаки, може допомогти описати механізм взаємодії когнітивних і прагматичних чинників у процесі породження нового слова. Велика кількість сучасних робіт (Н. Д. Арутюнова, В. Г. Гак,

О. С. Кубрякова, В. І. Заботкіна, Б. Б. Болдирев і ін.), присвячених когнітивному аналізу систем людського мислення і мови, описують різні концепти, які існують у свідомості людини.

Що стосується даного дослідження, то всі оказіональні неологізми можна об'єднати в одну концептосферу "SOCIETY".

На основі концептуального аналізу англійських неологізмів було реалізовано завдання опису головних концептів цієї концептосфери. Результати аналізу показують, що найповніше виражаються такі концепти як ЛЮДИНА, СИСТЕМА, МЕТОД, ПРОЦЕС, ПОЛІТИЧНІ ПЕРЕКОНАННЯ, ДОВКІЛЛЯ, ІДЕОЛОГІЯ.

Виділивши всю сукупність когнітивних категорій можна стверджувати, що ПОЛІТИКА являється домінуючим концептуальним полем Політичні неологізми свідчать про перетворення, що відбуваються в області політики, даючи при цьому оцінку певному поняттю або явищу [Гаврилова 2015, с. 27]. Яскравим прикладом тут є неологізм *omnishambles* (префікс *omni* зі значенням «все» і *shambles* «безлад, хаос»), названий в 2012 році Оксфордським словником словом року. Спочатку придуманий для британського політичного сатиричного телесеріалу «Гуща подій» (*The Thick of It*), термін, на думку журналістів *The Telegraph*, став іронічним виразом загального настрою британців, позначаючи повністю ситуацію, що вийшла з-під контролю. Іменник *shambles* вдало обіграв у своїй промові колишній лідер лейбористів Ед Мілібенд, розцінивши бюджет уряду на 2012 рік як провальний "*omnishambles Budget*"

Неологізм *dogwhistle politics*, виник в 1990-х рр. в Австралії в зв'язку з політичною кампанією прем'єрміністра Джона Говарда. Він звинувачувався в тому, що його виступи, що стосуються питань імміграції, в завуальованому вигляді заохочували білих расистсько настроєних австралійців. У 2015 році поняття *dog-whistle politics* знову стало з'явилось в ЗМІ у зв'язку з напливом біженців з Сирії. Так, британське видання *The Guardian* дає гнівний заголовок своїй статті "*Carson and Trump's refugee rhetoric is a whole new*

breed of dogwhistle politics” і пише: “*What used to be called 'dog whistle' politics became a shrill blast heard around the world this week as American politicians reacted to the Paris terrorist attacks with an antirefugee backlash that sounded ferocious even by the standards of the 2016 presidential race*”. Обурення, перш за все, пов'язано з висловлюваннями кандидата в президенти США Дональда Трампа, спрямованими проти представників мусульманського співтовариства. При цьому термін *dog-whistle politics* обігрується в статті: слово *whistle* «свист» перетворюється в *shrill blast* «пронизливе завивання», чутне по всьому світу.

Obamacare – неологізм, що використовувався Трампом задля позначення реформи колишнього президента США Барака Обами. Головною метою реформи було розширення можливостей у сфері медицини для тієї верстви населення, які не мають можливості купити собі медичну страховку, і зробити саму систему охорони здоров'я та медичного страхування більш доступною широким верствам населення, зробити її менш дискримінаційною у порівнянні з існуючою до цього системою. [Зацний 2008, с. 31]

Оксфордський словник обрав прикметник “*Post-truth*” міжнародним словом року (2016). Поняття набуло поширення після референдуму про вихід Британії з ЕС та виборів президента США 2016 року.

«*Post-truth*» або згідно з еквівалентним перекладом «політика постправди» (постправдива політика, політика післяправди) – політичні дії та мислення, «при яких об'єктивні факти є менш впливовими у формуванні громадської думки, ніж заклики до емоцій і особистих переконань». Тобто, це політика, яка спирається на почуття та власні переконання, які насправді не мають під собою реальних підстав або достовірних фактів. При цьому об'єктивна істина не фальсифікується чи піддається сумніву, а просто відсувається або «відходить на другий план». [Жлуктенко 2000, с. 26]

Найголовнішими чинниками, які сприяють такій політиці є ненависть та розвиток ЗМІ. Роздробленість джерел новин створює ситуацію, в якій брехня, плітки і чутки розповсюджують з надзвичайною швидкістю. Брехня, яку

поширюють політики чи їх прибічники в інтернеті через мережу користувачів, які довіряють один одному більше, ніж поважним ЗМІ, може дуже швидко підмінювати правду.

Цей концепт зазнав різкої критики. Критики зокрема зазначали, що опора на вигадані факти не є чимось новим, і застосовувалася впродовж десятиліть до цього, в тому числі й попередніми президентами США [Жлуктенко 2012, с. 6].

Велика кількість okazionalnih neologizmiv, які актуалізують це концептополе пов'язана з різними сферами діяльності людини. Класифікація неологізмів та відповідних концептів засвідчила, що проаналізовані приклади належать до таких категорій як ідеологія і представлена неологізмами *declinism, moss-backs, eurocrat, bushism, blairism*.

Ще одна група політичних неологізмів називає типи правління. До них відносяться наступні одиниці:

- *narcissocracy* - government by the excessively self-centered (надто егоїстичний уряд);

- *kludgeocracy* - government that is over- complex and ineffective (надскладний і неефективний уряд): *Sprawling scale becomes unmanageable; internal complexity culminates in kludgeocracy (to use Steven Teles's term); our electoral processes seem to produce little real accountability; and interest-group-driven sclerosis chokes off the possibility of reform* [National Affairs 2014 с. 11];

- *ineptocracy* - a system of government whose main characteristic is incompetence in all areas (система правління, основною характеристикою якої є некомпетентність у всіх областях);

- *idiocracy* - rule, government or control exercised by foolish people (правління або уряд дурних людей).

The YIMBY, rightsizing, reserve of labor force представляють концепт ПРОЦЕС

Метод: *videorazzi*

Концепт ЛЮДИНА просліджується на прикладі таких неологізмів: *chillax, straw man, nervous Nellies, paper tiger, favorite son*.

Концепт ПОЧУТТЯ: *Baracknophobia, schmaltz, hatriotism*.

Терміни, вчення: *declinism, animalism*,

Робота, заняття: *puppet government*.

Типи правління: *puppet government, kludgeocracy, ineptocracy*.

Політичні вибори: *to take a walk, kidnap*.

Очевидно, що декілька концептів можуть представляти одне концептуальне поле. Концептуалізація політики проявляється через інші концепти – поведінка людини (концепт *MANNERS*), почуття (концепт *FELLINGS*), люди (концепт *PEOPLE*), подача інформації (концепт *TECNOLOGIES*). який існує у вигляді різних процесів, теорій соціальних чинників, політичних напрямків, ідеології. Синонімічні ряди політичних котекстів для цього концепту є: *bushism, putinism, trumpism, blairinism, pluto-populism*.

Оскільки у мовознавстві існує велика кількість концепцій стосовно слова як одиниці мови і мовлення і ще немає його єдиного усталеного всебічного визначення, то це ускладнює розмежування неологізмів та okazіоналізмів і їхню ідентифікацію. Однак у даному дослідженні зроблено спробу дати визначення соціально-політичних неологізмів і okazіоналізмів та диференціювати їх на рівні дихотомії мова – мовлення.

ВИСНОВКИ

Бурхливий розвиток суспільно-політичного життя та науково-технічного прогресу викликали появу великої кількості мовних інновацій, їх взаємозв'язок з людиною, людською свідомістю та світосприйняттям. Цей факт викликає дослідження процесів концептуалізації і категоризації в різних областях лінгвістики.

В процесі дослідження було здійснено аналітичний огляд теоретичних джерел, розглянуто поняття «неологізм», «оказіональний неологізм» та методів їх дослідження. Обґрунтовано теоретичні засади дослідження okazіональних неологізмів в англomовній публіцистиці ХХ-ХХІ ст., досліджено комунікативно прагматичні основи вивчення публіцистичного стилю, розглянуто чинники, які впливають на актуалізацію мовних новоутворень, досліджено способи творення okazіональних неологізмів. Також було сформовано і систематизовано корпус мовних одиниць, що є okazіональними утвореннями у публіцистичному дискурсі. На основі цих досліджень здійснено структурно-семантичний та концептуальний аналіз дібраних мовних одиниць.

На підставі проаналізованих теоретичних джерел можна стверджувати, що джерелом виникнення нового слова є мовленнєва здатність мовця, який розширює свою мовленнєву діяльність, тим самим зумовлює зміни у мовній системі.

Виділивши, всі теорії дослідження лексичних інновацій, було дано визначення поняттям «неологізм», «оказіональний неологізм», а також дана спроба диференціювати неологізми та okazіоналізми, їх входження у загальноваживану лексику.

Методом контекстуального аналізу було з'ясовано сучасні підходи до вивчення okazіональних неологізмів. Основні підходи, це соціолінгвістичний, структурно-семантичний, когнітивний, функціональний та прагматичний.

В ході дослідження ми встановили, що основні функції публіцистичного стилю це впливова та інформаційна, в мові засобів масової інформації швидше за все відбиваються соціально-ідеологічні зміни в суспільстві та фіксуються нові поняття. Процес утворення соціально-політичного прошарку нової лексики характеризується високою продуктивністю, активністю традиційних словотвірних моделей та утворенням слів за новими моделями.

При вирішенні завдань роботи виявлено, що англійська мова поповнюється лексикою, яка є результатом різних регулятивних процесів. Такими являються морфологічні новоутворення, які, в свою чергу, поділяються на семантичні та лексичні okazіональні неологізми. Методом лінгвістичного спостереження та опису ми з'ясували, що найчисленніші - це лексичні інновації, особливо в публіцистичному дискурсі. Значну роль у поповненні лексичного складу морфологічними та семантичними неологізмами відіграли внутрішньомовні ресурси словотвору.

Методом структурного і словотвірного аналізу ми встановили основні словотвірні способи утворення морфологічних okazіональних неологізмів. Такими способами являються – афіксація, словоскладання, евфемізація, телескопія, аббревіація, конверсія та запозичення. Найпоширеніші способи афіксація(сюди входить суфіксація і префіксація) та словоскладання.

Методом кількісного підрахунку з'ясовано найпродуктивніші способи словотвору досліджуваних неологізмів. Встановлено, що найбільша кількість таких неологізмів утворена завдяки таким суфіксам: *ism, acy, fy, ly, ing* а також префіксам: *de, super, anti*.

При вирішенні завдань ми дійшли висновку, що досліджувані okazіональні неологізми представляють концептосферу *SOCIETY* яка існує у вигляді складного образу, складниками якого є політика, ідеологія, методи, почуття, робота, система, процес.

Методом концептуального аналізу узагальнення та систематизації, ми виявили, що ПОЛІТИКА ТА ПОЛІТИЧНІ ДІЯЧІ – це основний складник цієї концептосфери. Концептуалізація політики проявляється через концепти

–поведінка людини(концепт *MANNERS*), почуття (концепт *FELLINGS*), люди (концепт *PEOPLE*), подача інформації(концепт *TECNOLOGIES*).

Отже, здійснене дослідження оказіональних неологізмів на матеріалі публіцистичних текстів дає змогу стверджувати, що процеси розвитку та збагачення лексичного складу англійської мови відбувається досить інтенсивно. І оскільки, публіцистика –це один із основних провідників нової лексики до до словникового складу мови, аналіз неологічного складу газетного матеріалу відображає всі інноваційні процеси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аветисян Н. Г. Язык СМИ как фактор развития языка. *Вестник Московского университета* : сб. науч. тр. М. : МГУ, 2005. С. 80-86
2. Александрова О. В. Мова засобів масової інформації як частина колективного простору суспільства. Хидекель : Логос, 2012. 112 с.
3. Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ ст. як складова мовної картини світу: автореф. дис. канд. філол. наук. К. : КПІ, 2003. 15 с.
4. Астаніна Н. А. Нові англомовні запозичення як один із засобів створення мовної картини світу мови-реципієнта. К. : Нова філологія, 2003. 234 с.
5. Арнольд И. В. Основы научных исследований в лингвистике : учебн. пособие. Санкт-Петербург : Ленанд, 2007. 140 с.
6. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка : учебн. пособие. Москва : Флинта, 2015. 508 с.
7. Арбекова Т. І. Лексикология английского языка : учебн. пособие. М. : Высшая школа, 2014. 204 с.
8. Арутюнова Н. Д. Истоки, проблемы и категории прагматики. *Лингвистическая прагматика*. Москва : Прогресс, 2010. Вып. 16 С. 21-25.
9. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке : учебн. пособие. М. : Просвещение, 2011. 224 с.
10. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Курс лекций по английской филологии учебн. пособие. М.-Берлин : Директ-Медиа, 2000. 123 с.
11. Виноградов В. С. Перевод : Общие и лексические вопросы. Москва : Логос, 2004. 115 с.
12. Габинская О. А. О языковом и речевом статусе неологизмов : дис. ... канд. фил. наук : 10.02.01 Курск, 2009. 157 с.

13. Гаврилова И. А. Когнитивные стимулы порождения термина-неологизма (на примере английской полиграфической терминологии). *Язык науки и техники в современном мире*. Омск : Омский государственный технический университет, 2015. С. 235-238.

14. Гак В. Г. Новые слова и новые словари. Л. : Феникс, 2016. 145 с.

15. Гак В. Г. Языковые преобразования. М. : Языки русской культуры, 2011. 768 с.

16. Гальперин И. Р. О термине сленг. *Вопросы языкознания*. М. : Наука, 2008. № 9. С. 107-111.

17. Грицай І. С. Сучасні підходи до вивчення неологізмів. *Філологічні науки*. К. : КПІ, 2014 С. 15-17.

18. Дегтярь И. Г. Некоторые особенности английских окказиональных слов. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов : Грамота, 2009. № 58 С. 86-92.

19. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ : учебн. пособие. М. : Флинта, 2008. 264 с.

20. Добросклонская Т. Г. Масс-медийный дискурс: определение, характеристики, признаки. Сер. : Лингвистика. 2014. 48 с.

21. Елисеева В. В. Английские неологизмы XXI в.: некоторые тенденции словообразования и функционирования. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Санкт-Петербург*. СПб. : СПбГУ, 2015 Вып. 1 С. 75-82.

22. Елисеева В. В. Лексикология современного английского языка. СПб. : Изд-во С. Петерб. ун-та, 2016. 231 с.

23. Жлуктенко Ю. А., Березинський В. А. Англійські неологізми. Київ : Наукова думка, 2012. 154 с.

24. Жлуктенко Ю. А. Номинативные аспекты словосочетания. *Проблемы варьирования языковых единиц*. Киев : УМКВО, 2000. с. 84-93.

25. Жлуктенко Ю. А. Неологізми-телескопні слова. *Англійські неологізми*. К. : Наукова думка, 2002. С. 101-113.

26. Жлуктенко Ю. А. Словообразование в современном английском языке : учеб. пособие : К. : Вища шк. изд-во при Киевском гос. ун-те, 2013. 261 с.
27. Заботкина В. И. Когнитивно-прагматический подход к изучению английской неологии. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. М. : МГЛУ, 2002. Ч. 3. С. 23-27.
28. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка. СПб : СПбГУ, 2003. 128 с.
29. Заботкина В. И. Соотношение прагматической и семантической вариативности в лексике современного английского языка: СПб : СПбГУ, 2005. 208 с.
30. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови на початку ХХІ ст. англо-український словник. Вінниця : Нова книга, 2008. 360 с.
31. Зацний Ю. А. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : Запор. держ. ун.-т, 2001. 243 с.
32. Зацний Ю.А. Неологізми англ. мови 80-90х років ХХ століття. Запоріжжя : РА «Тандем-У»; 2006. 396 с.
33. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-90ті роки ХХ століття) : дис. докт. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя : ЗДУ, 2008. 336 с.
34. Зацний Ю. А. Сучасне англomовне суспільство і розвиток словникового складу англійської мови. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2006. 443 с.
35. Зацний Ю. А. 11 вересня 2001 року і поповнення словникового складу англійської мови. *Вісник Сумського державного університету*. Суми, 2002. № 4. С. 75-79.
36. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства. Русский язык конца ХХ столетия. М. : Языки русской культуры, 1996. 278 с.

37. Ивлева Г. Г. Тенденции развития слова и словарного состава, М. : Наука, 2007. 136 с.
38. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. СПб. : Златоус, 1999. 147с.
39. Кубрякова Е. С. Неология, проблемы и перспективы. *Проблемы английской неологии*. М. : МГЛУ, 2002. № 3. С. 5-11.
40. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. М. : Либроком, 1986. 160 с.
41. Левицкий А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). *Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка*, 2008. Вип. 23. С. 16-21.
42. Лыков А. Г. Можно ли окказиональное слово назвать неологизмом? *Русс. яз. в школе*, 2014. № 2. С. 85-89.
43. Лопатин В. В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования. М. : Наука, 2011. 152 с.
44. Марченко Е. И. Когнитивные подходы к исследованию неологизмов. *Вестник Кыргызско-Российского славянского университета*. Бишкек : Кыргызско-Российский Славянский университет, 2013. № 9. С. 148-151.
45. Омельченко Л. Ф. Телескопійні слова сучасної англійської мови та їх структурно – семантична характеристика. *Збірник львівського університету*. Л. : Львівський національний університет, 2003. Вип. 51. С. 15-76.
46. Резвцова М. Д. Практикум по сравнительной типологии английского и русского языков, М. : Просвещение, 1989. 160 с.
47. Рождественский Ю. В. Лекции по общему языкознанию. М. : Высшая шк., 2004. 381 с.
48. Розен Е. В. Некоторые уточнения в понятии неологизма. *Ученые записки. Московского педагогического института*. М. : Просвещение, 1968. № 317. С. 122-126.
49. Русанівський В. М. Життя слова. К. : Вища шк. при КДУ, 2012. 191 с.
50. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика, напрямки та проблеми. Полтава : Довкілля, 2008. 712 с.

51. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика, термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2006. 716 с.
52. Соколова Г. Г. Составляющие конотативного значения фразеологических единиц. *Лингвистические проблемы перевода*. М. : МГУ, 2014. № 47. С. 54-62.
53. Тогоева С. И. Психологические проблемы неологии : дис. ... д-ра фил. наук : 10.02.19 Тверь, 2000. 251 с.
54. Сімонок В. П. Мовна картина світу. Взаємодія мов. Харків : Основа, 2007. 171 с.
55. Семчинський С. В. Семантична інтерференція мов. К : Вища шк., 2004. 187 с.
56. Секирин В. П. Заимствования в английском языке. К. : изд-во Киевского ун-та, 2010. 152 с.
57. Сенько Е. В. Новое в лексике современного русского литературного языка : дис. ... канд. фил. наук : 10.02.01 Л., 1980. 311 с.
58. Хома Н. М. Новітня політична лексика (неологія, okazіоналізми та інші новотвори. Львів : Новий світ, 2015. 492 с.
59. Шутова М. О. Неологізми в сучасній англійській мові. *Науковий вісник кафедри «Юнеско» Київського Національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія*. К. : КНЛУ, 2010. Вип. 21. С. 79-85.
60. Conboy M. The Language of Newspapers, socio historical perspectives. London : Continuum, 2010. 184 p.
61. Jensen J. British voices on the eve revolution. *Journal of speech*. 2011. 63 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

62. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М. : Стереотип, 2009. 608 с.
63. A blog from Cambridge dictionary. URL: <http://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms> (дата звернення 04.06.2019).
64. MacMillan English Advanced Learners Dictionary. URL: <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/> (дата звернення 07.06.2019).
65. Oxford Dictionary. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/> (дата звернення 15.06.2019).
66. The International Dictionary of Neologisms. URL: <http://www.dictionary.com/browse/international> (дата звернення 18.06.2019).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

67. The Guardian. URL: <http://www.guardian.co.uk/> (дата звернення 10.05.2019).
68. Independent News. URL: <http://www.independent.co.uk/> (дата звернення 25.05.2019).
69. The Economist. URL: <http://economist.com> (дата звернення 07.06.2019).
70. The Independence. URL: <https://www.independent.co.uk> (дата звернення 12.06.2019).
71. Voice of America. URL: <https://www.voanews.com/> (дата звернення 20.06.2019).
72. Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com> (дата звернення 27.06.2019).
73. The Telegraph. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/> (дата звернення 02.07.2019).

SUMMARY

The presented paper is dedicated to the study of structural and conceptual principles of formation of occasional neologisms.

The object of research is structural-semantic and conceptual aspects of the formation of occasional neologisms in publicist discourse in English.

The main aim is to identify and systematize ways of non-nomination of language innovations in today's media.

In the first section, theoretical aspects in neology are revealed, the features of a journalistic style are investigated.

The second section deals with the methods of formation of morphological and semantic neologisms

Cognitive-semantic analysis leads to the conclusion that in the studied innovations the conceptual sphere "politics and politicians" predominates. The study reveals the specific features of the verbal and mental relationship of people and their actions in politics.

The scientific novelty of the presented research is determined by task the study's focus on identifying the scientific potential of methodological grounds, sampling and subsequent analysis of information, taking into account linguistic, factors that shape the content of neological fields in modern English-language press.

Key words: *concept, conceptual sphere, occasional, morphological, semantic, neologism.*

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Ветрова Наталя Іванівна, студентка 2 курсу магістратури, форми навчання заочної, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма Мова і література (англійська), адреса електронної пошти natali.vetrova.13.11.68@gmail.com.

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Структурні і концептуальні засади утворення okazіональних неологізмів в публіцистичних текстах» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у

- ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____

Підпис_____

Ветрова Наталя Іванівна